السمات التحريرية للصحافة السعودية

الدراسة الدورية الشاملة الأولى

٢٠٠٧م

المشرف والباحث الرئيس

أ.د. علي بن شويل القرني

المشرف على كرسي الجزيرة للصحافة الدولية

إصدارات كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية

١٤٣٢هـ/٢٠١١م

السمات التحريرية للصحافة السعودية

دراسة مسحية على عينة من الصحف السعودية







السمات التحريرية للصحافة السعودية

دراسة مسحية على عينة من الصحف السعودية

٢٠٠٧م

المشرف الرئيس

أ.د. علي بن شويل القرني

المشرف على كرسي الجزيرة للصحافة

١٤٣٢هـ - ٢٠١١م

ⓗ جامعة الملك سعود، ١٤٣٢هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
القرني، علي بن شويل
السمات التحريرية للصحافة السعودية
د/ علي بن شويل القرني- الرياض، ١٤٣٢ هـ
٢٢٤ ص؛١٧X٢٤سم
ردمك: ٥-٧٨٨-٥٥-٩٩٦٠-٩٧٨

١. الصحافة السعودية- نقد أ. العنوان
ديوي ٠٧١,٩٥٣١٠٣
١٤٣٢/٣٢٠٢

رقم الإيداع: ١٤٣٢/٣٢٠٢
ردمك: ٥-٧٨٨-٥٥-٩٩٦٠-٩٧٨

السمات التحريرية للصحافة السعودية
دراسة مسحية على عينة من الصحف السعودية


بسم الله الرحمن الرحيم





السمات التحريرية للصحافة السعودية

دراسة مسحية على عينة من الصحف السعودية

٢٠٠٧م

المشرف الرئيس

أ.د. علي بن شويل القرني

المشرف على كرسي الجزيرة للصحافة

١٤٣٢هـ - ٢٠١١م

ح جامعة الملك سعود، ١٤٣٠هـ (٢٠٠٩م)

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

القرني، علي بن شويل

السمات التحريرية للصحافة السعودية

د/ علي بن شويل القرني- الرياض، ١٤٣٢ هـ

٦٩ ص؛١٧×٢٤سم

ردمك: ٠-٤٨٦-٥٥-٩٩٦٠-٩٧٨

١. الصحافة السعودية- نقد أ. العنوان

ديوي ٠٧١,٩٥٣١٠٣ ١٤٣٠/٣٥٦٦

رقم الإيداع: ١٤٣٠/٣٥٦٦

ردمك: ٠-٤٨٦-٥٥-٩٩٦٠-٩٧٨

إدارة النشر العلمي والمطابع ١٤٣٠هـ

الفريق البحثي

المشرف والباحث الرئيس

أ.د. علي بن شويل القرني

الباحث المشارك

د. حسن محمد حسن منصور

الباحثون المساعدون

عبد الرحمن نامي المطيري

رضوان عدنان البكري

حيدر الحاج إبراهيم

عادل علي عبد الرحيم العقيد

المراجعة اللغوية

البشير يوسف اسماعيل

المراجعة الاحصائية

هشام سيد محمد

CÆÖǩ

تمثل هذه الدراسة باكورة مشروع وطني يستهدف تقديم دراسات منتظمة عن الصحافة في المملكة العربية السعودية وتوفير قاعدة بحثية دورية ومتجددة عن حال الصحافة السعودية .

وتقدم هذه الدراسة (في إصداراتها السنوية) التي تبدأ بالعام ٢٠٠٧م إسهامات علمية مهمة لتكون مرجعية ثابتة، وقوائم بيلوغرافية بالدراسات السابقة التي تناولت الصحافة السعودية على المستوى المحلي والعربي والدولي . ونطمح من خلال هذا المشروع الوطني إلى خدمة البرنامج البحثي لكرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية ، وطلاب الدراسات العليا والباحثين والمهتمين بمجال الصحافة بالمملكة ، بالإضافة إلى المؤسسات و الشركات الإعلامية، والجمعيات العلمية المتخصصة في مجالات الصحافة والإعلام المختلفة .

ولن يجد القارئ صعوبة في اكتشاف بصمات فريق عمل متكامل أنجز هذا المشروع البحثي الكبير ، وأمضى وقتاً طويلاً في جمع البيانات وترميزها ، ثم تحليلها وتفسيرها وربطها بالتراث العلمي السابق ووضع إشارات مفيدة يمكن للباحثين الاستفادة منها ، والبناء عليها في تطوير أفكارهم وخططهم البحثية وإثراء النقاش العلمي في مجال الإعلام ،،،

المشرف على كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية

أ.د.علي بن شويل القرني

ĞŋǼøøŌ̈ŋ

تعتمد هذه الدراسة في شقها التحليلي على المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وفق الإجراءات والأساليب المتبعة في الدراسات الإعلامية. واستهدفت تحليل مضمون ست صحف من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً ، وهي صحف (الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة).

وتحددت الفترة الزمنية للتحليل بالعام ٢٠٠٧م مستهدفين أن يكون هذا العام هو بداية انطلاقة مشروع الدراسات الدورية عن الصحافة السعودية، وسيتم دراستها كل عامين، بهدف معرفة السمات التحريرية والفنية والإخراجية في الصحافة السعودية. واعتمدت الدراسة (المادة الصحافية) كوحدة أساسية للتحليل سواء كانت مقالا، أو خبراً، أو تقريراً، أو تحقيقاً، أو كاريكاتيرا أو إعلاناً. ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.

وفي الإطار النظري، صنّفت الدراسة التراث العلمي في دراسات الصحافة السعودية منذ نشأة الصحافة في المملكة العربية السعودية حتى اليوم ، واستعرضت بالتفصيل دراسات النشأة والبدايات، والدراسات التي رصدت ملامح التطور لفترات زمنية طويلة، ودراسات المعالجة الصحفية واتجاهات الخطاب، ودراسات (أولويات الاهتمام) في الصحافة السعودية ، ودراسات الصورة الذهنية، والسمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية، والسياسة الإعلامية والتنظيمات الصحفية، واقتصاديات الصحافة السعودية، والدراسات التي تناولت الصحافة السعودية المتخصصة، وانتهاءً بالدراسات المقارنة بين الصحافة السعودية وغير السعودية .

أما في الجزء التحليلي، فقد تم استعراض وتفسير نتائج الدراسة وتحليلها في محورين رئيسين هما : (التحليل العام للصحف) ثم (التحليل المقارن بين الصحف) واستعرضت الدراسة في كل محور نتائج عامة ، ونتائج تتعلق بمقالات الرأي ، ونتائج خاصة بالكاريكاتير والإعلانات.

وتفتح الدراسة آفاقاً جديدة للباحثين للبناء على النتائج التي توصلت إليها ، وتقديم تفسيرات تفصيلية وتحليلات علمية لأولويات الاهتمام بالقضايا المحلية والخارجية في الشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية المختلفة.

فهل ما زال الاهتمام منصباً على الموضوعات السياسية والأمنية؟ وما موقع الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في اهتمامات الصحف السعودية؟ وما طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت باهتمام أكبر في التغطية الصحافية السعودية ؟

وإلى أي مدى تناولت الصحافة السعودية قضايا التنمية المحلية ؟ وهل يمكن توصيف الصحف الست التي شملتها الدراسة، بأنها صحف مركزية ، أم صحف إقليمية تركز فقط على الشأن المحلي للمنطقة التي تصدر منها؟

وهل استطاع القطاع الخاص أن يسجل حضوراً من نوع ما في الخطاب الصحفي السعودي في الفترة الزمنية التي شملتها الدراسة ؟ وهل تراجع الاتجاه (الاتجاه الإطرائي) في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي مقابل الاتجاه النقدي وتقديم الاقتراحات؟

وما القيم الإخبارية الأكثر بروزاً في الأداء الإعلامي الصحفي السعودي ؟

وأين يقع (المواطن) في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة مقابل التركيز المعهود على فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات سياسية واجتماعية وثقافية.؟ وما مقدار وحجم مشاركة المرأة السعودية كمحررة وكاتبة صحفية؟

وما السمات التحريرية والفنية والملامح التفصيلية للفنون المختلفة في الصحافة السعودية مثل مقالات الرأي، ورسوم الكاريكاتير والإعلانات؟

الإطار النظري:

يمكن تصنيف التراث العلمي في دراسات الصحافة السعودية إلى تصنيفات مختلفة من زوايا متعددة، ويأخذ العرض التالي للأدبيات العلمية التي تناولت الصحافة السعودية بالتصنيف التالي :

أولا : دراسات رصدت النشأة والبدايات.

ثانياً : دراسات رصدت ملامح التطور لفترات زمنية طويلة.

ثالثاً : دراسات المعالجة الصحفية واتجاهات الخطاب.

رابعاً : دراسات (أولويات الاهتمام).

خامساً : دراسات الصورة الذهنية.

سادساً : السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية.

سابعاً : السياسة الإعلامية والتنظيمات الصحفية.

ثامناً : اقتصاديات الصحافة السعودية.

تاسعاً : الصحافة السعودية المتخصصة.

عاشراً : الدراسات المقارنة بين الصحافة السعودية وغير السعودية.

أولا: دراسات رصدت النشأة والبدايات:

اهتمت مجموعة من الدراسات برصد البدايات الأولى للصحافة في المملكة العربية السعودية، ابتداءً من الصحف التي ظهرت في الحجاز خلال العهدين العثماني والهاشمي، وحتى الجهود التي بذلتها الدولة السعودية في عهد الملك عبد العزيز – رحمه الله –، وتحديد ملامح وسمات صحافة تلك الفترة والعوامل التي أثرت فيها سلباً أو إيجاباً.

فقد تناولت دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) الظروف التي مرت بها الصحافة في المملكة العربية السعودية عند نشأتها، وبالتحديد خلال المراحل السابقة لنظام المؤسسات الصحفية، مع ربط هذه الظروف بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والفكرية التي سادت آنذاك، للخلوص إلى الطبيعة الخاصة بتجربة نشأة الصحافة في المملكة.

واستخدمت الدراسة المنهج التاريخي الذي يقوم على تجميع الأدلة المرتبطة بالواقع المراد بحثها، وتقويمها، والتحقيق منها بطريقة منهجية، ثم تنظيمها بما يعين على استخلاص الحقائق، والوصول إلى استنتاجات من الممكن تعميمها بشأن واقع نشأة الصحافة السعودية.

وسعت هذه الدراسة للإجابة عن جملة من التساؤلات تدور حول مستوى الأداء المهني للصحف السعودية عند نشأتها، و مدى تأثر الأداء المهني للصحف السعودية عند نشأتها بالأوضاع السياسية والفكرية التي كانت سائدة في تلك المرحلة، ومدى إسهام الصحف السعودية عند نشأتها في الحياة الثقافية والاجتماعية، والعوامل التي أسهمت في النشأة الأدبية للصحافة السعودية، والأنماط التي كانت سائدة لملكية الصحف السعودية عند نشأتها، والانعكاسات المهنية والاقتصادية التي ترتبت على ذلك.

ورصدت الدراسة الدور الحكومي الفاعل في إرساء كيان الصحافة في المملكة، المتمثل في اهتمام الملك عبد العزيز– رحمه اللّه – بالصحافة، وعمله على تشجيعها ودعمها. واستعرضت الدراسة مظاهر اهتمام الملك عبد العزيز بالصحافة، من خلال سرعة الأمر بإصدار (جريدة أم القرى) خلال أيام قليلة من دخوله إلى مكة المكرمة في الثامن من جمادى الأولى عام ١٣٤٣هـ ، وإصدار نظامين للمطابع والمطبوعات، الأول منهما صدر قبل توحيد البلاد عام ١٣٤٧هـ ، وصدر الثاني عام ١٣٥٨هـ. وإعفاء الصحف من رسوم التأمين، ومن رسوم البريد وإعفاء واردات المطابع من الرسوم الجمركية ، ومن الضرائب والتأمين المالي.

وأرجعت دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) ضعف بدايات الصحافة السعودية إلى صعوبات ترتبط بالبدايات الأولى للمجتمع السعودي ، وتتمثل في : ضعف التعليم، وحداثة معرفة البلاد بهذه المهنة الجديدة إضافةً إلى عدم توافر الوسائل المعينة على ازدهار الصحافة، وظروف أخرى مرتبطة بالصحافة أسهمت في تحديد ملامح بدايات العمل الصحفي في المملكة ، وأثرت في معطياته الصحفية والفنية مثل: تأثير الملكية الفردية للصحف، وضعف الأداء المهني وتطبيق الرقابة القبليّة، والصبغة الأدبية التي سادت العمل الصحفي آنذاك.

وأكدت دراسة (عوض الله ، ١٩٨٨م) أن الصحافة في المملكة بدأت كصحف أدبية في الربع الأول من القرن العشرين الميلادي، وخاصة في مرحلة الصحافة التي كان يصدرها الأفراد، وأن صحيفة (أم القرى) قامت بدور بارز في رعاية الحركة الأدبية وإنعاشها. واهتمت الصحف السعودية آنذاك بالموضوعات الأدبية شعراً وبحوثاً أدبية ومقالات نقدية، وأنه بينما نشأت الصحف في الدول العربية لأهداف سياسية واجتماعية وأدبية، فإن الصحافة السعودية نشأت في البداية لهدف أدبي خالص.

وتوضح دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) أن الصحافة السعودية مرت في بداياتها بظروف مجتمعية أسهمت في التأثير في نشأتها، مثل التأثيرات الاقتصادية للحرب العالمية الثانية، وضعف فعالية المتلقين ، واقتصار صدور الصحف على الحجاز حتى عام ١٣٧٢هـ عندما صدرت مجلة اليمامة في مدينة الرياض ، ثم تبعتها العديد من الصحف في المنطقة الشرقية ، إضافة إلى قلة الإقبال على الصحف واقتصار المشاركة في الصحف على الأدباء والمثقفين، بسبب عدم انتشار التعليم في ذلك الوقت.

وذهبت دراسة (الشامخ ، ١٣٩٥هـ - ١٩٧٥م، ص١٢) إلى اعتبار أن الصحف التي ظهرت في الحجاز خلال العهدين العثماني والهاشمي تمثل المرحلة الأولى من المراحل التي مرت بها الصحافة السعودية في نشأتها ، على حين تمثل الصحف التي صدرت بعد توحيد البلاد المرحلة الثانية، إلا أن دراسة (العسكر ١٤١٩ هـ) رأت أن الصحف التي كانت تصدر في الحجاز قبل دخول الملك عبد العزيز فيه لا تعد ضمن الصحف السعودية ، وإنما تعبر عن الصحف الصادرة في الحجاز.

ورصدت دراسة (الشامخ ، ١٣٩٥هـ ١٩٧٥م، ص١٤ - ١٧) صدور عدد من الصحف في الحجاز خلال العهدين العثماني والهاشمي، فقد صدرت في الحجاز (جريدة حجاز) التي ظهر العدد الأول منها بتاريخ ١٣٢٦/١٠/٨هـ / ١٩٠٨/١١/٣م، وجاء صدورها بالاستفادة من مطبعة الولاية الرسمية التي أنشأتها الحكومة العثمانية. وصدرت في الحجاز خلال العهد العثماني أيضاً خمس جرائد، هي: جريدة (شمس الحقيقة) التي صدرت بمكة المكرمة بتاريخ ١٩٠٩/٢/١٦م، وكانت لسان حال جمعية الاتحاد والترقي التركية، وكانت تصدر باللغتين العربية والتركية، وجريدة (الإصلاح الحجازي)، التي صدر العدد الأول منها في ١٣٢٧/٤/٢٦هـ / ١٩٠٩/٥/١٧م ، وإلى

جانب هاتين الجريدتين فقد عرفت منطقة الحجاز خلال العهد العثماني صدور ثلاث جرائد صغيرة هي : (الرقيب) و(صفا الحجاز) و(المدينة المنورة) ولم تكن ذات تأثير كبير في تاريخ الصحافة في المنطقة ؛ لأنها لم تدم إلا لأيام معدودة.

أما العهد الهاشمي الذي بدأ من قضاء الشريف حسين على الحكم العثماني في مكة المكرمة بتاريخ ١٣٣٥/٩/٢١هـ / ١٩١٦/٧/١٠م فقد صدرت خلاله عدة صحف، أهمها جريدة (القبلة) التي صدر عددها الأول في ١٣٣٥/١٠/٢٦هـ / ١٩١٦/٨/١٥م، وأشارت دراسة (الشامخ ، ١٣٩٥هـ - ١٩٧٥م، ص١٨) إلى غلبة الصبغة السياسية الجدلية على معظم المواد الصحفية المنشورة في (جريدة القبلة) التي استمرت ثماني سنوات، واعتبرتها الدراسة من أهم الصحف التي صدرت في الحجاز خلال العهد الهاشمي ، بل أكثر هذه الصحف تأثيراً في الحياة الثقافية والاجتماعية، كما أنـها تمثل نقلة نوعية في العمل الصحفي موازنة بما عرفته الصحافة في الحجاز خلال العهد العثماني.

وتفصّل دراسة (الشامخ ، ١٣٩٥هـ - ١٩٧٥م، ص١٣) ملامح المرحلة الأولى التي عاشتها الصحافة في عهد الدولة السعودية بالإشارة إلى أنه على الرغم من السلبيات التي ترتبت على الملكية الفردية التي سادت نمطاً مميزاً لملكية الصحف السعودية عند بداياتها إلا أن مما يحسب للقائمين على إصدار الصحف في هذا العهد أنهم كانوا من أبناء البلاد، على العكس من الصحافة في العهدين السابقين، وأسهم عمل أبناء البلاد على إصدار الصحف في تعدد اهتمامات الصحف السعودية ، وعزوفها عن الاهتمام بالموضوعات السياسية التي كانت سائدة في صحافة العهدين السابقين ، إضافة إلى إسهام ذلك في ارتقاء اللغة التي أصبحت تحرر بها الصحف السعودية ، حيث امتازت المواد الصحفية المقدمة بوضوح أفكارها وبلاغة أساليبها على عكس ما كان سائداً في العهدين السابقين ، وبخاصة في العهد العثماني حيث كانت الصحف تحرر بأساليب ركيكة، يسودها الغموض ، وتكثر فيها الأخطاء الإملائية والنحوية؛ وذلك لكون القائمين عليها من الأتراك.

وتناولت دراسة (الشبيلي، ١٤١٨ هـ) تطور الصحافة السعودية في إطار زمني مدته أربعة وخمسون عاماً ، ينتهي بوفاة الملك عبد العزيز - رحمه الله- في ٣ ربيع

الأول عام ١٣٧٣هـ /١٩٥٣/١١/٩م. وأشارت الدراسة إلى أن بعض الباحثين يؤرخ لبدء الصحافة السعودية بعام ١٣٠١هـ/١٨٨٤م، على أساس أن مطبعة الحجاز قد أصدرت التقرير الدوري الرسمي لولاية الحجاز، الذي صدر منه خمسة أجزاء، إلا أن (الشبيلي، ١٤١٨هـ) يشير إلى أن ذلك التقرير لا يعد عملاً صحفياً؛ لأنه لم يكن معداً للتداول العام، كما أن تلك المطبعة لم تستعمل لطباعة الصحف إلاّ بعد ربع قرن. وكانت صحيفة (حجاز) أول صحيفة ظهرت في الحجاز، وقد أصدرها الوالي التركي عثمان نوري باشا في مكة المكرمة بتاريخ ١٣٢٦/١٠/٨هـ /١٩٠٨/١١/٣م.. وعندما بدأ الحكم السعودي في الحجاز في عام ١٣٤٣هـ /١٩٢٤م كانت البلاد أكثر استعداداً لبدء حركة صحفية، بالمفهوم المهني السائد في ذلك الوقت، ساعدها في ذلك – بالدرجة الأولى – الاستقرار السياسي والأمني في بلاد الحرمين الشريفين – بشكل خاص – والبلاد العربية السعودية، حديثة التكوين والوحدة – بشكل عام – والتوسع في مجال إنشاء المدارس ، والتحسن التدريجي في الموارد.

وتحصي دراسة (الشبيلي،١٤١٨هـ) خلال مدة ثلاثة عقود من عام ١٣٤٣هـ/١٩٢٤م حتى عام ١٣٧٣هـ/١٩٥٣م، وهو العام الذي ودعت فيه المملكة مؤسسها الراحل ، ظهور إحدى عشرة مطبوعة من الصحف والمجلات الأهلية أو الحكومية، كما صدر نظامان للمطابع والمطبوعات في عامي ١٣٤٧هـ و١٣٥٨هـ ، وأسست أكثر من خمس مطابع في مكة المكرمة والمدينة المنورة وجدة. وشهد عهد الملك عبد العزيز أيضاً صدور أول مطبوعة بالإنجليزية هي (الشمس والوهج) **Sun and Flare** التي أصدرتها أرامكو في الظهران عام ١٣٦٥هـ/١٩٤٥م، وانطلاقة أول صحيفة أهلية ، وهي مجلة اليمامة، في ذي الحجة ١٣٧٢هـ/١٩٥٣م.

ثانياً: دراسات رصدت ملامح التطور لفترات زمنية طويلة:

قدّم (الشبيلي، ١٤٢١ هـ) دراسة وثائقية وصفية تحليلية مع سجل سنوي لأبرز الحوادث والمناسبات الإعلامية في المملكة العربية السعودية، وتناولت دراسته البدايات الصحفية في الحجاز قبل دخولها في الحكم السعودي عام ١٣٤٣هـ (١٩٢٤م) ورصدت تاريخ الإعلام في المملكة ووصفت المراحل التي مر بها خلال مائة وعشرين عاماً.

ويمكن تقسيم المراحل التي مرت بها الصحافة في المملكة العربية السعودية إلى ثلاث مراحل ، هي :

١. **عهد صحافة الأفراد.**

٢. **عهد دمج الصحف.**

٣. **عهد المؤسسات الصحفية.**

ويبدأ (عهد صحافة الأفراد) بصدور جريدة (صوت الحجاز) في مكة المكرمة بتاريخ ١٣٥٠/١١/٢٧هـ / ١٩٣٢/٤/٤م، ويستمر حتى عهد دمج الصحف الذي بدأ باندماج جريدتي (البلاد السعودية وعرفات) الذي تم في ١٣٧٨/٧/١٦هـ / ١٩٥٩/١/٢٦م، وذلك على الرغم من معرفة المملكة للصحافة قبل صدور جريدة صوت الحجاز من خلال صدور جريدة (أم القرى) ومجلة (الإصلاح) حيث إنهما صحيفتان حكوميتان. ويمثل (عهد دمج الصحف) المرحلة الثانية التي مرت بها الصحافة السعودية في إطار نشأتها، ويبدأ هذا العهد من المؤتمر الصحفي الذي عقده الأمير فيصل بن عبد العزيز ولي العهد ورئيس مجلس الوزراء آنذاك – الملك فيصل فيما بعد – وحضره ملاك الصحف الفردية الصادرة آنذاك بتاريخ ١٣٧٨/٤/١١هـ ، واقترح فيه دمج الصحف التي تصدر في المدن نفسها حتى صدور قرار مجلس الوزراء رقم (٤٨٣) في ١٣٨٣/٦/٢٤هـ القاضي بإلغاء امتياز جميع الصحف المملوكة ملكية فردية.. ولأن دمج الصحف لم يكن بالأمر الملزم، فقد استمر صدور الصحف المملوكة ملكية فردية مثلما كان في العهد السابق، إضافةً إلى صدور العديد من الصحف الحكومية والأهلية.

أما المرحلة الثالثة فقد بدأت عقب إنشاء وزارة الإعلام عام ١٣٨٢هـ، والإعلان عن عزم الدولة على إعطاء امتيازات الصحف لمؤسسات أهلية، وصدر المرسوم الملكي رقم ٦٢ وتاريخ ١٣٨٣/٨/٢٤هـ بالموافقة على نظام المؤسسات الصحفية الذي أصدره مجلس الوزراء بقراره رقم ٦٠٠، وتاريخ ١٣٨٣/٨/٢٠هـ والذي بموجبه تُشكل المؤسسات الصحفية التي تصدر عنها الصحف السعودية اليوم.

وترصد دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) مجموعة من الإسهامات الإيجابية لفترة دمج الصحف رغم أنها لم تستمر سوى خمس سنوات تقريباً (١٣٧٨هـ - /١٣٨٣هـ)، وأهم تلك الإسهامات:

١. اطراد إصدار الصحف ، حيث صدرت خلال هذا العهد قرابة اثنتين وعشرين صحيفة تنوعت اهتماماتها ، ومناطق صدورها ، حيث شهد هذا العهد معرفة مناطق جديدة من المملكة بالصحافة من خلال صدور جريدة القصيم في بريدة، وجريدة عكاظ في الطائف.

٢. دور الدمج في تقوية الصحف التي اندمجت مع بعضها بما مكنها من الاستمرار في الصدور حتى الوقت الحاضر مثلما حدث في جريدتي البلاد والندوة. إضافة إلى استمرار بعض الصحف التي صدرت خلال هذا العهد مثل جريدة عكاظ ومجلة الجزيرة التي تحولت إلى جريدة بعد ظهور نظام المؤسسات الصحفية .

٣. ظهور العديد من الصحف المتخصصة في المجالات الرياضية، والاقتصادية، والعسكرية، إضافة إلى استمرار الاهتمام بالمجالات الثقافية، كما شهد عهد الدمج الاهتمام بالجوانب التربوية من خلال صدور مجلة المعرفة ، إضافة إلى معرفة المملكة بصحافة الطفل من خلال صدور مجلة الروضة التي تعد أول صحيفة سعودية تتوجه إلى الأطفال.

٤. تزايد اهتمام الجهات الحكومية والأهلية بإصدار الصحف ، حيث صدرت خلال هذا العهد إحدى عشرة صحيفة حكومية وأهلية ، تمثل العديد من الوزارات والمصالح الحكومية ، إضافة إلى الغرفتين التجاريتين في مكة المكرمة والرياض ، مع استمرار أغلب هذه الصحف في الصدور إلى الآن ، وإن تغيرت أسماؤها .

وتوضح دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) أن الصحافة السعودية مرت خلال مسيرتها الممتدة من تاريخ نشأتها بصدور جريدة أم القرى وصولاً إلى العصر الحاضر بأطوار عدة ، ارتبطت بالمراحل الزمنية المختلفة التي عاشتها البلاد، ولقد ارتبطت

الصحافة بتلك المراحل ارتباطاً وثيقاً أسهم في إكسابها جملة من السمات ذات العلاقة المباشرة بواقع تلك المراحل بما اشتملت عليه من أنماط ثقافية تبلورت في القدرات الخاصة بالطرح والتلقي، وأنماط اقتصادية أثرت في القدرات التقنية لإنتاج الصحف، بالإضافة إلى تأثيرها في مستويات الدخل وتوجهات الإنفاق ، إضافةً إلى الأنساق الاجتماعية المرتبطة بعمل الصحافة والمؤثرة في القيمة العامة للعمل في هذا المجال.

وضمن دراسة موسعة عن الخطاب الإعلامي، استهدفت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) تحديد ملامح الخطاب الإعلامي السعودي وتحولاته خلال مدة مائة عام منذ تأسيس المملكة العربية السعودية ، واعتمدت الدراسة على تحليل المضمون وأسلوبه المتبع في الدراسات الكمية، كما تضمنت آفاقاً أخرى يمكن إدراجها في إطار التحليل النوعي – الكيفي – للمادة الإعلامية، وتم اختيار عينة من السنوات التي غطتها الدراسة التي تمتد إلى قرابة خمسة وسبعين عاماً، تمثل كل العمر الزمني للإعلام المطبوع في المملكة، وتم تقسيم هذه السنوات وفق مسافات زمنية ثابتة (كل عشر سنوات) ابتداءً من عام ١٩٢٥م، أي بعد عام واحد فقط من بداية صدور صحيفة أم القرى التي أمر الملك عبد العزيز بإصدارها في مكة المكرمة بعد دخوله في هذه المنطقة المقدسة عام ١٣٤٣هـ/ ١٩٢٤م، وهي أول وسيلة إعلامية رسمية أسستها الدولة السعودية، وحتى عام ١٩٩٥م .

وحددت الدراسة لكل عام من سنوات الدراسة أربعة أعداد من كل صحيفة تمثل أشهر مختلفة خلال العام الواحد، وتم اختيار عدد من الصحف تمثل أهم الصحف السعودية التي صدرت خلال الفترة المحددة.

واعتمدت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) المادة الصحافية بصفتها وحدة أساسية للتحليل سواء أكان ذلك خبراً أم مقالاً أم تحليلاً أم تقريراً أم صورة أم كاريكاتيراً أم إعلاناً . وأكدت نتائج الدراسة التحليلية النمو التكراري والمساحي للصحافة السعودية خلال مراحل العينة، في مختلف أنواع المادة الصحافية من أخبار ومقالات وتقارير وإعلانات، خلال العقود الزمنية الماضية . فقد كانت نسبة التكرار تصل إلى ٣٪ والمساحة إلى ٤٪ للصحف في العشرينيات، إلى أن وصلت إلى نسبة تكرار ٣٠٪ ونسبة مساحة ٣٢٪ في التسعينيات الميلادية . وهذا يشير إلى مضاعفات

كبرى تصب لصالح التطور في الحجم والإصدار والإمكانات للصحافة السعودية.

وأوضحت دراسة (الشبيلي، ١٤٢١ هـ) أن فترة السبعينيات الهجرية (الخمسينيات الميلادية) وهي فترة حكم الملك سعود: من ١٣٧٣هـ (١٩٥٣م) حتى عام ١٣٨٤هـ (١٩٦٤م) قد شهدت نمواً سريعاً في زيادة الصحف الأهلية من قِبل الأفراد، كما شهدت حرية ملحوظة في تناول الموضوعات الاجتماعية ونقد سلبيات السلوكيات الإدارية في القطاع العام. وأن عقد (الستينات) الميلادية وعقب إنشاء وزارة الإعلام شهد الإعلام ازدهاراً نوعياً وكمياً متميزاً مع جهد متميز لوضع بعض الأسس والأساليب المهنية المستندة إلى أصول الصناعة الإعلامية السليمة رغم شح الموارد والإمكانات الثقافية. وفي فترة (السبعينات) الميلادية شهدت وزارة الإعلام حالة من الاستقرار الإداري تمثل في شغل المناصب القيادية وإرساء المزيد من القواعد التنظيمية والإدارية للعمل الإعلامي بالاستعانة بالمستشارين ثم شهدت أواخر السبعينات الميلادية مزيداً من القفزات الكيفية ولكنها اصطدمت ببعض العقبات والضغوط التي اضطرتها للتخلي عن بعض ما أنجز من قبل. وكان من أبرز ما تحقق: دعم الصحافة وتشجيع القطاع الخاص على الدخول في عالم الإنتاج الإعلامي. ثم خسرت وسائل الإعلام مع بداية (الثمانينات) الميلادية بعض علامات الانفتاح التي طرأت على التعامل مع الأخبار المحلية. ثم تشير دراسة (الشبيلي، ١٤٢١ هـ) إلى أن الصحافة السعودية المعاصرة تحظى بإمكانات فنية وبشرية متقدمة، لكن درجة معالجة المشكلات الاجتماعية والإدارية فيها لا تتناسب مع مالديها من مرافق وتجهيزات. وتخلص إلى أن الصحافة السعودية خطت خطوات نوعية وكمية متقدمة وحظيت المؤسسات الصحفية النشطة بمقدرة على أحدث طراز وبإمكانات طباعية متقدمة، مستخدمة تقنية الاتصال لاحتلال مواقع على شبكات تبادل المعلومات ولكن لا يزال أمامها طريق طويل من المهنية للوصول إلى العالمية داخل المجال السياسي والثقافي السعودي.

وأشارت دراسة (هاشم، ١٤١٨هـ) إلى تطورات جديدة في الصحافة السعودية في السبعينيات الميلادية (التسعينيات الهجرية) من خلال ظواهر جديدة ، مثل : الاتجاه إلى إصدار صحف سعودية تصدر باللغة الإنجليزية، فصدرت سعودي جازيت

saudi gazette من مؤسسة عكاظ بجدة في عام ١٣٩٦هـ / ١٩٧٦م ، ورياض ديلي **Riyad daily** من مؤسسة اليمامة بالرياض في عام ١٤٠٦هـ / ١٩٨٦م ، وقبلهما صدرت عرب نيوز **Arab News** من لندن في عام ١٣٩٥هـ / ١٩٧٥م بهوية سعودية من الشركة السعودية للأبحاث والتسويق البريطانية، بالإضافة إلى إصدار بعض الصحف والمجلات السعودية الدولية المملوكة لبعض السعوديين من القاهرة ، ومن بيروت ، ومن أوروبا (لندن) ، فصدرت جريدة الشرق الأوسط الواسعة الانتشار، ومجلة المجلة، ومجلة سيدتي، والجديدة ، وجريدة الرياضية، وصحيفة الاقتصادية، ومجلة الفروسية، ومجلة عالم الرياضة.

وأكدت دراسة (العسكر، ١٤٢٤ هـ) التي رصدت تطور الصحافة السعوديّة خلال الفترة ١٤٠٢-١٤٢٣هـ أن الصحف السعودية قد حظيت خلال مراحل تطورها بدعم الدولة في العديد من المجالات مثل تخصيص قطع أراض مجانية والمساعدة في الحصول على قروض لبناء مقرات، كما حظيت الصحف بالإعفاءات الجمركية على مستلزمات الورق والطباعة والمعدات المختلفة، وتدفع الصحف رسوما رمزية مقابل النقل بواسطة البريد أو أسطول الخطوط السعودية المملوك للدولة كما أن الحكومة تشتري مساحات للإعلان سنويا من كل الصحف المحلية.

ومع بداية ظهور الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت رصدت بعض الدراسات البدايات الأولى للصحف السعودية في هذه الشبكة مثل دراسة (الحمود والعسكر ٢٠٠٢م) التي تناولت بدايات الصحف السعودية اليومية المطبوعة في نشر إصداراتها على شبكة الإنترنت و الأهداف التي سعت لتحقيها، مع توصيف فني للخدمات الصحفية وتوظيف الاتصال التفاعلي، والوسائط المتعددة ووقت التزام الصحف بتحديث موادها الإخبارية على نسختها الالكترونية على شبكة الانترنت.

وأشارت إلى أن صحيفة «الجزيرة كانت أول صحيفة سعودية تطلق نسختها الالكترونية في شهر ابريل من عام ١٩٩٧ قبل تدشين شبكة الانترنت رسميا في المملكة (دشّنت نهاية ١٩٩٨) ثم تلتها «المدينة» في تجربة لم يكتب لها النجاح في العام نفسه ثم لحقت فيما بعد بقية الصحف مثل «الرياض» (مارس ١٩٩٩) و«الوطن» (نوفمبر ٢٠٠٠) ثم «عكاظ» (يناير ٢٠٠١) ثم لحقت «المدينة» مرة أخرى و«اليوم» في عام ٢٠٠٢م .

ورصدت دراسة (الشهري، ١٤٢٤هـ/٢٠٠٣م) مرحلة مهمة في تاريخ الصحافة السعودية التي صممت لها مواقع على شبكة الانترنت، وأكدت على حاجة الصحف السعودية الماسة إلى تقويم تجربة النشر الالكتروني على الانترنت وإعادة رسم الأولويات وتحديد الأهداف. وأشارت إلى أن أبرز التحديات التي واجهتها الصحف السعودية والعربية من الناحية الفنية خاصة منذ أوائل التسعينات مع ظهور شبكة الانترنت تحديدا تمثلت في ضعف حلول النص العربي وندرة البرمجيات العربيّة في مجال تصفح الانترنت، إضافة إلى ضعف قاعدة مستخدمي الانترنت العرب، ومع هذا فقد حاولت هذه الصحف مواكبة الاتجاه العالمي نحو التواجد على شبكة الانترنت منذ عام ١٩٩٥ م تحديدا حيث ظهرت صحيفة الشرق الأوسط الصادرة عن الشركة السعودية للأبحاث و النشر على الشبكة في شهر ديسمبر من العام ذاته.

ثالثاً: المعالجة الصحفية واتجاهات الخطاب :

يستعرض هذا المحور مجموعة من الدراسات التي تناولت اتجاهات الخطاب الإعلامي في الصحافة السعودية، والمعالجة الصحفية للموضوعات والقضايا المختلفة..

فقد أشارت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) إلى سيطرة الخطاب التنموي على مجريات الخطاب الإعلامي السعودية في الثلاثة العقود الأخيرة بنسبة ٤٤٪ ، يليه الخطاب التضامني بنسبة ٣٤٪ ، ثم الخطاب التوحيدي (١٥٪) ، وأخيراً الخطاب الشوروي (٧٪) ، وهيمن الخطاب التوحيدي (الذي يعني بوحدة المملكة) في العقدين الثاني والثالث (العشريني والثلاثيني الميلادي)، ولم تنل العقود التي تلت كثيراً من مساحة هذا الخطاب، وشهد عقد السبعينيات نسبة كبيرة من حضور الخطاب التضامني أثناء حرب رمضان ١٣٩٣هـ / أكتوبر ١٩٧٣م، وارتفعت نسبة حضور الخطاب التنموي خلال عقدي السبعينيات والثمانينيات الميلادية، إلى ٥٢٪ ، بينما هيمن الخطاب الشوروي في الصحافة السعودية في عقد التسعينيات، كما يوضح الجدول رقم (١)

جدول (١)

الخطاب الإعلامي في الصحافة السعودية خلال ثلاثة عقود ١٩٢٥م - ١٩٩٥ م

(القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م، ص١٤١)

العقد	التوحيدي	التضامني	التنموي	الشوروي
العشريني	٣٨٪	٠٪	٠٪	٠٪
الثلاثيني	٣٥٪	٩٪	١٪	٤٪
الأربعيني	٢٪	١٢٪	٣٪	٠٪
الخمسيني	٦٪	٣٪	٤٪	٠٪
الستيني	١٧٪	٩٪	١٨٪	٠٪
السبعيني	٠٪	٢٩٪	٢٢٪	٤٪
الثمانيني	٠٪	٢٧٪	٣٠٪	٠٪
التسعيني	٢٪	١١٪	٢٢٪	٩٢٪
المجموع	١٠٠٪	١٠٠٪	١٠٠٪	١٠٠٪

وعن «الاتجاهات النقدية» في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي أشارت الدراسة إلى أن الصحافة السعودية تميل إلى الاتجاهات الإطرائية أكثر من الاتجاهات النقدية.

ورصدت دراسة مبكرة لـ(عثمان، ١٤٠٩) لغة الخبر في الصحافة العربية، من خلال دراسة تناولت ٢٥ صحيفة يومية من ١٠ دول عربية خلال شهري ربيع الآخر وجماد الأول ١٤٠٧هـ ، وأخذت عينة عشوائية قوامها مائة نص إخباري من ٤٠ صحيفة عربية صدرت في الفترة ١٤٠٤ - ١٤٠٨ هـ ، منها صحف (الجزيرة، الرياض ، عكاظ ، الندوة، اليوم) السعودية .

وأوضحت نتائج الدراسة الخصائص الأسلوبية واللغوية في النصوص الإخبارية التي نشرتها تلك الصحف، وكانت أهم خصائص البنية الأسلوبية في نصوص الأخبار :

الاختصار – السهولة – الوضوح – الدقة – الموضوعية . وأن (الجملة الاسمية) تزيد نسبتها في لغة الخبر الصحفي عن فصحى التراث بنسبة ٧,١٠٪ ، وأن أدوات الربط (الجسور اللفظية) من أهم العناصر اللغوية التي ازدادت ثروتها بتأثير الأداء الصحفي، وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة العربية (ومنها السعودية) قد أسهمت في ترسيخ جملة من المفردات اللغوية والتعبيرات الاصطلاحية التي أصبحت متداولة بكثرة.

ومن خلال تحليل مضمون جميع المقالات الصحفية في صحف (الرياض ، عكاظ، اليوم) في الأشهر الستة الأخيرة من عام ٢٠٠٠م، أشارت دراسة (العجمي، ١٤٢٣هـ/ ٢٠٠٣م) إلى أن المقال في الصحافة السعودية يحفل بحضور واضح للحشو والأسلوب الإنشائي، وأن هناك نقص في استخدام الحجج والبيانات والإحصائيات وأن مسار مضمون الخطاب يتجه من القمة إلى القاعدة، وأنه يتوجه في مجمله نحو المحيط المحلي، وأن الخطاب الإعلامي السائد في المقال الصحفي بالصحافة السعودية يتميز بقربه من الخطاب السياسي من جهة، وتنوع فئاته من جهة أخرى .

وقدمت دراسة أخرى للقرني (١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م) تحليلاً لتعددية الرؤية الاجتماعية للخطاب الإعلامي السعودي، وتحليلاً لمدى تفاعل وسائل الإعلام – الصحافة خاصة – مع الأحداث الكبرى التي مر بها العالم قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر، ومرت بها المملكة خلال الثلاثة الأعوام (قبل وبعد أحداث سبتمبر) ، وخصوصاً تفاعل الإعلام مع تداعيات أحداث مايو ٢٠٠٣ (المعروفة بتفجيرات الرياض) ..

وعرضت الدراسة لتحليل مضمون ١٥٢٨ مادة مقالية في صفحات الرأي في صحيفتي الرياض والوطن (افتتاحيات ، مقالات الكتاب ، مقالات على شكل ردود من المسئولين في القطاع العام أو الخاص ، رسائل القراء) واعتمدت أيضاً على استنتاجات أخرى لأبحاث عن مختلف وسائل الإعلام السعودي خلال تلك الفترة وفترات سابقة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن السنوات الأخيرة (بعد أحداث سبتمبر) قد شهدت تبلور خطابين رئيسين، أحدهما: ليبرالي، يمثل الاتجاهات الانفتاحية في المجتمع ، والآخر خطاب وسطي معتدل يتبنى عملية التغيير وفق ثوابت المجتمع وتقاليده، وأن الخطاب الليبرالي يتوجه أكثر إلى المؤسسات الأمنية والعسكرية والدينية، بينما يتركز اهتمام الخطاب الوسطي إلى المؤسسات السياسية والإعلامية.

وعن لغة الخطاب أشارت الدراسة أن الصياغة الإنشائية غلبت في لغة المقالات التي نشرتها الصحيفتان خلال فترة التحليل بنسبة تزيد عن ٩٧٪ من مجمل المقالات، إلا أن معظم مساحات الرأي مثلت توجهاً عاماً نقدياً في الصحافة وبنسبة تقترب من الـ٧٠٪ ، وهو ما ينفي الرؤية التي تتحدث عن أن الصحافة السعودية هي صحافة دعائية بالدرجة الأولى.

واستهدفت دراسة أخرى (بيت المال، والسهلي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٤ م) رصد المقالات الصحافية في صفحات الرأي في صحيفة (الشرق الأوسط) لتلمس إيقاع صدمة ١١ سبتمبر ٢٠٠١م على مضمون الخطاب السعودي، إضافة إلى مضمون خطاب الآخر المتمثل في الكتابات التي نشرتها الصحيفة للكتّاب من العرب وغيرهم.

واستعرضت الدراسة، التي اعتمدت أسلوب تحليل محتوى الرسالة الإعلامية، على مدى ٣ أعوام من خلال عينة منتظمة لنحو ٧٣ عددا من أعداد «الشرق الأوسط»، مضامين سلسلة المقالات والآراء التي تم نشرها من خلال صفحات الرأي. وبلغ عدد المقالات في العينة التي تم تحليلها ٥٨٨ مقالة، فيما بلغ عدد المقالات المتعلقة بأحداث ١١ سبتمبر ١٧١ مقالة، وحول طبيعة الخطاب في المقال الصحفي، فقد بلغ عدد المقالات التي يمكن تصنيفها باعتبارها تمثل (توجهاً غربياً مدنياً) نحو ٧٠ مادة، أي بمعدل ٩, ٤٠ في المائة. فيما وصل عدد المقالات ذات (التوجه القومي العربي) ٤٤ مادة، بنسبة ٧, ٢٥ في المائة. وبلغ عدد المواد ذات (الطابع الإسلامي) ٢٥ مقالا، بنسبة ٦, ١٤ في المائة، وتباينت التوجهات من أميركا في المقالات، إذ وجّهت حوالي ٩, ٥٠٪ منها أصابع الاتهام إلى أمريكا، مقابل ١١٪ دافعت عنها، و٣٨٪ محايدة.

واستهدفت دراسة (القرني ١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦ م) التعرف على حجم التغطية الصحفية لمختلف القضايا الحكومية والخاصة في المملكة ، وخاصة تلك المعنية بالقطاعات الخدمية في المجتمع، والتعرف على اتجاهات تلك التغطية قبل وبعد أحداث سبتمبر ٢٠٠١ ، ومن خلال تحليل مضمون صحيفتي الرياض والجزيرة في فترتين زمنيتين ، الأولى شملت السبعة الأشهر الأولى من عام ٢٠٠١م قبل أحداث سبتمبر، والثانية مثلت السبعة الأشهر الأولى الموازية لها من العام ٢٠٠٤ م أشارت النتائج إلى أن معظم التغطيات الخبرية والتقريرية والمقالية تنضوي تحت الاتجاهات الإيجابية

نحو القطاعات الخدمية في المجتمع ، ووصلت النسبة إلى ٦٥٪، وبحسب الدراسة فهذا يعكس موقفاً متوقعاً كون الصحافة تسعى لتبني مواقف إيجابية نحو السلطة التي تمثلها القطاعات والإدارات المختلفة في الدولة. إلا أن الدراسة رصدت تحولاً في تخلي الصحافة عن تلك التوجهات الإيجابية التي وصلت قبل أحداث سبتمبر إلى ٧٠٪ ثم انخفضت عام ٢٠٠٤ إلى أقل من ٦٠٪ . واستنتجت الدراسة أن الصحافة السعودية ما يزال ظهورها كصحافة تنموية، فقد كانت نسبة ثلث التغطيات تصب في إطار التغطية والمعالجة الخدمية في المجتمع.

وركزت دراسات أخرى على كشف ملامح المعالجات الصحفية في الصحافة السعودية لقضايا محددة خلال فترات زمنية محددة ، مثل: المعالجة الصحفية للقضايا التربوية والعمل الخيري، والأزمات الاجتماعية، والقضايا السياحية، والصحية وقضايا الإعاقة والإهمال الطبي..

فقد سعت دراسة (الدعيلج، ١٤٠٤هـ) إلى معرفة مدى مساهمة الصحف السعودية في عرض المشكلات التربوية لمرحلة ماقبل المدرسة ومراحل التعليم العام والجامعي والعالي، وعرض حلول مقترحة لتلك المشكلات.، ومدى مساهمة الصحف السعودية في تناول قضايا المعلمين والامتحانات والإدارة المدرسية ، والمباني المدرسية، والعلاقة بين المدرسة والمجتمع. واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون لجميع الصحف المحلية ، وخلصت إلى مجموعة من النتائج، منها: أن عدد ما تحقق من مفردات أداة الدراسة بلغ (١٤٨ مفردة) ، حصلت صحيفة الجزيرة على أعلى نسبة في ٥٩ مفردة، تليها صحيفة الرياض التي حازت على أعلى نسبة في ١٩ مفردة.. وفيما يتعلق بقضايا المعلم فقد خصص لهذا البعد ٢٤ مفردة ، تحقق منها ١٤ مفردة.

وقد تناولت دراسة (العتيبي، ١٤١٧ هـ) مشكلات الإدارة المدرسية كما تصورها مجلتا اليمامة واقرأ السعوديتان، خلال ست سنوات للفترة من بداية عام ١٤١١هـ إلى نهاية عام ١٤١٦هـ ، وتوصلت الدراسة إلى أن (مشكلات المعلمين) كانت أكثر مشكلات الإدارة المدرسية التي ناقشتها المجلتان معاً ، بنسبة أكثر من ٢٦٪ ، ثم مشكلات الطلاب ثم مشكلات الاختبارات. وكشفت الدراسة أن المسئولين التربويين هم المصدر الأهم لنشر مشكلات الإدارة المدرسية في المجلتين.

وكان هدف دراسة (المهنا، ١٤٢٢هـ) هو تحديد القضايا التربوية التي عالجتها صحيفة الرياض خلال ثلاثة أعوام (١٤١٦ - ١٤١٨هـ) وكيفية طرحها ، ومدى تفاعل التربويين والجمهور معها. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر القضايا التربوية التي طرحها أو عقب عليها محررو الصحيفة هي القضايا المتعلقة بالمعلمين بنسبة ١٤,٢٪ ثم القضايا المتعلقة بالطلاب ثم القضايا المتعلقة بالإدارة المدرسية. وأن أكثر المصادر طرحاً لتلك القضايا هم التربويون ، وأكثر الأشكال الصحفية التي تم استخدامها في تناول القضايا التربوية هي : الزاوية الصحفية الثابتة ، ثم مشاركات القراء ، ثم التحقيق الصحفي ، ثم الكاريكاتير.

ومن الدراسات التي تناولت المعالجة الصحفية لقضايا التربية والتعليم أيضاً دراسة (العربي، ١٤٢٤هـ) التي رصدت كل ما نشرته الصحف السعودية المحلية عن تلك القضايا وخلصت إلى أن ٧٧,٥٪ من حجم المواد الصحفية كانت إيجابية، وأن الخبر طغى على بقية الأشكال الفنية في معالجة القضايا التربوية يليه المقال، وأن موضوعات المادة الصحفية التي تتعلق بالمعلم والمعلمة جاءت في المرتبة الأولى في موضوعات المعالجة الصحفية لقضايا التربية والتعليم خلال فترة الدراسة.

ورصدت دراسة (عزة، والجوهرة ١٤٢٤هـ) اتجاهات الصحف السعودية نحو كافة الموضوعات المتعلقة بالجمعيات الخيرية، ومدى علمية ومنطقية الأساليب التي استخدمتها الصحافة في إقناع المجتمع باتجاهاتها نحو الجمعيات الخيرية. من خلال تحليل عينة من صحيفتي الرياض والجزيرة بأسلوب العينة العشوائية المنتظمة، وتم اختيار الأسابيع التي تمثل كل عام (طريقة الأسبوع الصناعي) خلال الفترة من عام ١٩٩٤ حتى عام ٢٠٠٢م .

وأوضحت نتائج الدراسة أن الأسلوب (المنطقي) والأسلوب (التدعيمي المبرر) من أهم الأساليب التي استخدمتها صحيفتا الدراسة في إقناعها الرأي العام بموضوعات الجمعيات الخيرية في حين كان هناك تراجع كبير في أسلوب (التعميم في إطلاق الأحكام) والأسلوب (النقدي المبرر).

وبحسب بيانات الدراسة فقد اتفقت صحيفتا (الرياض والجزيرة) في إعطاء الأسلوب المنطقي الترتيب الأول بنسبة (٢٨,٨٪) في جريدة الرياض و(٣١,٣٪)

في الجزيرة، وجاء الأسلوب التدعيمي المبرر في الترتيب الثاني بالنسبة لجريدة الرياض وبنسبة ٢٤,٢٪ في حين احتل هذا الأسلوب الترتيب الثالث في جريدة الجزيرة وبنسبة ٢٠,٨٪ أما الأسلوب العاطفي فقد احتل الترتيب الثاني في جريدة الجزيرة بنسبة ٢٥,٩٪ والثالث في جريدة الرياض بنسبة ٢٢,١٪ من خلال عرض الصحيفتين للحالات الإنسانية من المرضى والأيتام والمحتاجين .

واستهدفت دراسة (المغامسي، ١٤٢٥هـ) معرفة طبيعة تغطية الصحافة السعودية لموضوعات السياحة الداخلية من خلال دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الجرائد اليومية التي صدرت خلال الإجازة الصيفية لعام ١٤٢١هـ، وهي (المدينة، عكاظ ، البلاد ، الندوة، الرياض ، الجزيرة ، اليوم) وبلغ العدد الإجمالي لعينة الصحف التي شملتها الدراسة (٤٨ عدداً) خلال الفترة من ١٤٢١/٣/٢٩هـ إلى ١٤٢١/٥/١٨هـ واستخدمت الدراسة أسلوب القياس بوحدة سم/عمودي لمعرفة مساحة الموضوعات السياحية المنشورة في الصحف.

وأشارت النتائج إلى أن (المدينة) جاءت في مقدمة الصحف من حيث المساحة المخصصة للموضوعات السياحية، فقد شكلت هذه المساحة نسبة ٩,٤٪ من أجمالي مساحة الأعداد الممثلة للصحيفة، وفسرت الدراسة هذه النتيجة بتوقيت إجراء التحليل ، الذي تزامن مع انعقاد مهرجان المدينة المنورة الثالث ومهرجان جدة ٢٠٠٠م، تلتها جريدة (الندوة) ثم (الجزيرة) ثم (اليوم) ، وتوزعت المساحة التي خصصتها صحف الدراسة للموضوعات السياحية بين موضوعات مرتبطة بالسياحة الداخلية، وموضوعات أخرى مرتبطة بالسياحة الخارجية باستثناء صحيفتي (البلاد والندوة) اللتين خلتا من أي موضوعات خاصة بالسياحة الخارجية خلال فترة الدراسة.

واستحوذت الإعلانات التجارية على النسبة الكاملة أو الأكبر من المساحة التي احتلتها الموضوعات المرتبطة بالسياحة الخارجية، وهو ما فسرته الدراسة بعدم وجود سياسة أو توجه لدى القائمين على هذه الصحف نحو تشجيع السياحة الخارجية .

وحظيت مدينتا أبها وجدة على أعلى نسبة من الموضوعات السياحية في جميع الصحف، وبفارق كبير عن المدن الأخرى، باستثناء صحيفة الرياض التي ركزت على السياحة في مدينتي الرياض وأبها بنسبة ٢٨,٩٪ لكل منهما .

ولاحظت الدراسة ضعف الاهتمام الصحفي بمدن تتوافر فيها مقومات السياحة وعوامل الجذب مثل الطائف والباحة ، ووجود ارتباط وثيق بين النسب المرتفعة للتغطية الصحفية للسياحة في بعض المناطق وإقامة مهرجانات سياحية فيها .

ولمعرفة طبيعة المعالجة الصحفية لأخبار الدفاع المدني في الصحافة السعودية وطبيعة الموضوعات، واتجاهات التغطية، قامت دراسة (العصيمي، ١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦ م) بتحليل مضمون أربع صحف يومية سعودية ، خلال الفترة من ١٤٢٣ هـ إلى ١٤٢٥ هـ ، وتم تمثيل كل صحيفة بعددين من كل شهر، والصحف هي:

- **صحيفة الرياض ممثلة للمنطقة الوسطى**
- **صحيفة عكاظ ممثلة للمنطقة الغربية**
- **صحيفة اليوم ممثلة للمنطقة الشرقية**
- **صحيفة الوطن ممثلة للمنطقة الجنوبية**

وأشارت النتائج أن صحيفة عكاظ كانت أكثر الصحف تناولاً لقضايا الدفاع المدني بنسبة ٣٦,٨٪ بواقع ١٨٧ مادة خلال فترة الدراسة، وأن الهدف الإخباري كان الأهم في أهداف المعالجة الصحفية لقضايا الدفاع المدني بنسبة ٦٣,٨٪ ، يليه هدف التوعية ، ثم الشرح والتفسير، وأوضحت النتائج أن الاتجاه الإيجابي في المعالجة الصحفية لتلك القضايا شغلت نسبة ٧٥,٦٪ من المواد التي تم تحليلها. وأن التغطية الصحفية لحوادث الدفاع المدني كانت تتركز على التغطية (أثناء الحدث) مقارنة بالتغطية قبل وبعد الحدث، وكانت سنة ١٤٢٥هـ هي السنة التي حظيت بنسبة أكبر في التغطية الصحفية الخاصة بالدفاع المدني في الصحف الأربع، وسنة ١٤٢٤ هـ كانت التغطية السلبية فيها أكثر مقارنة بالسنة التي سبقتها والسنة التي تلتها.

وقامت دراسة (العربي، ١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧م) بتحليل التغطية الصحفية لثلاث منظمات حكومية عند تعرضها لأزمات رئيسية، هي: الرئاسة العامة لتعليم البنات بعد أزمة حريق مدرسة البنات بمكة المكرمة، والإدارة العامة لمصلحة المياه بجدة بعد أزمة شح المياه الصالحة للشرب، والمديرية العامة للدفاع المدني بعد غرق طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود في نفق السويدي.

واستخدمت الدراسة المنهج النوعي الذي يعتمد على تحليل نصوص التغطية الإعلامية (الصحفية) للأزمات الثلاث مستخدماً أدبيات الإعتذاريات **Apologia Literature** إطاراً نظرياً للدراسة، وقدمت الدراسة مقارنة لاستجابة الأجهزة الحكومية الثلاثة للأزمات في الأبعاد التالية:

- **تحليل نوع الأزمة**
- **دراسة تاريخ الأداء**
- **دراسة حجم الضرر الناتج عن الأزمة.**
- **اختيار إستراتيجية الاستجابة.**

وعن التغطية الصحفية للموضوعات في المجال الصحي قامت دراسة (الزهراني وآخرون، ١٩٩٧م) بتحليل مشاركة الصحف السعودية اليومية في مناسبتين صحيتين عالميتين، هم يوم الإيدز العالمي ١٩٩٥ م – يوم الصحة العالمي ١٩٩٦م، باستخدام منهج التحليل لمضمون المواد الصحفية المنشورة بالصحف المحلية عن المناسبتين والمراجعة اليومية لثمان صحف محلية يومية لمدة ثلاثة شهور. وتوصلت إلى نتائج من أهمها : انخفاض نسبة المواد الصحفية الموجهة للتثقيف الصحي في المناسبتين، وأن مشاركة أفراد المجتمع في الإدلاء بآرائهم في المناسبات الصحية محدودة للغاية، وأن معظم موضوعات الحملة الصحفية المصاحبة للمناسبتين منصبة حول أنشطة وزارة الصحة والجهات الأخرى بصورة أخبار صحفية وتصريحات للمسئولين. وقد أوصت الدراسة بوجوب التنسيق بين المؤسسات الصحفية والقطاع الصحي لتمكين العاملين في المجال الصحفي من التعرف على أهم المشاكل الصحية حسب تقدير القطاع الصحي والمبني على الإحصائيات والأسس العلمية . كذلك وجهت الدراسة بنشر

المزيد من المواد الصحفية التي تؤدي دوراً توعوياً في الحملات الصحفية المختلفة كالنداءات الصحية والرسائل التثقيفية والمقالات العلمية المبسطة مع منحمساحات أكبر بالصحف لآراء القراء في المجال الصحي كعامل جذب لأفراد المجتمع للمواضيع الصحية الهامة.

وفي دراسته عن المعالجة الصحفية لقضايا الإعاقة في المملكة العربية السعودية طبقت دراسة (المقوشي، ٢٠٠٠م) تحليل المضمون لأعداد من جميع الصحف السعودية التي تصدر باللغة العربية خلال مدة ١٢ أسبوعا عام ١٩٩٦م ، وخلصت الدراسة إلى أن صحيفة الجزيرة تصدرت باقي الصحف في تناول قضايا الإعاقة، تلتها صحيفة الرياض ثم عكاظ، وأن قضية (العلاج) كانت هي الموضوع الأهم في التغطية الصحفية لتلك القضية، ثم جاء (البعد الإعلامي للإعاقة) ثانياً، و (الأبحاث والدراسات) ثالثاً. أما الجهات التي تشكل مصادر استقاء موضوعات الإعاقة في الصحافة ، فقد جاءت جمعية الأطفال المعاقين أولاً، تلتها مؤسسة سلطان بن عبدالعزيز آل سعود الخيرية، ثم مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة.. وركزت الصحافة السعودية في تلك الفترة على الجوانب الخبرية والتقارير والتغطيات الصحفية عن قضايا الإعاقة، مع ضعف الاهتمام بالمقالات المختصة أو الحوارات مع المختصين والتحقيقات الصحفية.

ورصدت دراسة (المطيري، ١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧م) المعالجة الصحفية قضية (الأهمال والأخطاء الطبية) من خلال متابعة ما حدث للطفلة رزان، وقامت بتحليل المواد الصحفية المنشورة وفق نموذج الموقف المشكل **The Problematic Situations** الذي يستخدم في دراسة وتقييم أداء وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث، والأدوار والوظائف المختلفة التي تقوم بها من أجل تعريف الجمهور بكل جوانب الأزمة.

وهدفت الدراسة إلى التعريف على مدى اهتمام الصحافة السعودية بمأساة الطفلة رزان فيما يتعلق بالمساحة المخصصة والقوالب التحريرية المستخدمة، واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون من أجل الوقوف على حجم التغطية الصحافية لمأساة الطفلة رزان، وتوفير المعلومات للجمهور من خلال التغطية الصحفية لأحداث الأزمة،

حيث عمد الباحث إلى تحليل أكثر من (٥٤٠) عدداً لثلاث صحف سعودية تناولت مأساة الطفلة رزان، وهي صحيفة الرياض، عكاظ، الوطن بواقع (١٨٠) عدداً لكل صحيفة لمدة تزيد على ستة أشهر بدأت مع بداية الأزمة.

رابعاً: دراسات (أولويات الاهتمام):

أشارت الدراسات التي رصدت بدايات نشأة الصحافة السعودية – كما ورد في المحور الأول بالتفصيل– إلى الاهتمامات الأدبية للصحافة السعودية الأولى، وفصلت ذلك دراسة (الشامخ، ١٣٩٠ هـ، ص٣١٦ – ٣١٩) التي أكدت ارتباط الصحافة في المملكة في بدايتها بالأدب ارتباطاً وثيقاً، أدى إلى اكتساب صحف عهد الأفراد لصبغة أدبية مميزة، ولعل مما يؤكد هذا الارتباط كون الاهتمام بالأدب الهدف الرئيس لصدور بعض الصحف، ومنها: جريدة (صوت الحجاز).. كمل أن الصحف التي صدرت خلال بداية عهد الأفراد مثل جريدة أم القرى انشغلت بالقضايا الأدبية على حساب غيرها من القضايا.. لذلك لم تكن الصحف منتشرة خارج أوساط الأدباء والمثقفين. كما أن من التأثيرات السلبية لإغراق صحف الأفراد في تناول الموضوعات الأدبية جنوحها نحو الجدل بشأن بعض القضايا ، الأمر الذي أدى إلى تحول أغلب صفحات الصحف إلى ساحات للمعارك الكلامية ، والخصومات النقدية ، حتى إن جريدة أم القرى عند بداياتها شاركت في العديد من المعارك الأدبية التي ثارت آنذاك وبخاصة بين الأدباء الشباب .

وأشارت دراسة (قزاز ، ١٤٠٦هـ) إلى أن الصحف السعودية في بداياتها تميزت عن صحافة العهدين السابقين (العثماني والهاشمي) بتعدد اهتمامات المواد الصحفية المنشورة فيها، إلا أنه من الملحوظ أن المواد الأدبية نالت النصيب الأوفر من اهتمام الصحف على حساب المواد السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حيث لم تحظ هذه المجالات بالاهتمام نفسه، ويضاف إلى اقتصار عناية الصحف على الاهتمامات الأدبية: عدم اهتمامها بالجوانب الإخبارية؛ وذلك عائد لضعف الإمكانات المتاحة أمامها، وبخاصة في مجال الاتصالات والمواصلات.

وسردت دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) أسباباً عديدة لاهتمام الصحف السعودية في بداياتها بالقضايا الأدبية على حساب الاهتمامات الأخرى منها :

١. أغلب الذين قاموا على أمور صحف الأفراد من الأدباء والمثقفين الذين تركز تعليمهم على العلوم الشرعية وعلوم اللغة العربية.

٢. قصور قدرات الصحف عن الاهتمام بالموضوعات الأخرى السياسية والاقتصادية والعسكرية ... ، التي تحتاج تغطياتها إلى قدرات مهنية وتقنية لم تكن متوافرة لصحف تلك المرحلة ، إضافة إلى تقلص اهتمامات المتلقين بالقضايا السياسية، وبخاصة بعد توحيد البلاد.

٣. تأثر الصحف السعودية بالاتجاهات الأدبية التي كانت سائدة في الصحافة العربية خلال العقدين الثالث والرابع من هذا القرن الميلادي.

٤. حاولت الصحف التركيز على المواد الدينية والأدبية ؛ لتكوين صورة إيجابية عنها لدى القراء.

وفي السنوات الأخيرة حاولت الدراسات البحثية رسم ملامح خارطة الاهتمامات للصحافة السعودية من خلال تحليل مضمون يحدد أولويات الاهتمام المختلفة وخاصة بأسلوب حساب التكرار والمساحة.

فقد قامت دراسة (العناد، ١٩٩٤) بتحليل مضمون الأخبار في الصفحات الأولى في الصحف اليومية السعودية، وهي (اليوم ، الرياض ، الندوة ، الجزيرة ، عكاظ ، البلاد، الشرق الأوسط) خلال الفترة من بداية إبريل ١٩٨٧ وحتى نهاية مارس ١٩٨٨م، وأشارت النتائج إلى تركيز الصحافة السعودية على الأخبار السياسية أكثر من غيرها من الموضوعات، إذ احتلت حوالي نصف مساحة الصفحات الأولى في الأعداد التي خضعت للتحليل، وجاء الاهتمام بالأخبار العربية متقدماً على الأخبار المحلية ، وهو ما فسرته الدراسة بأحداث الفترة الزمنية للتحليل التي شهدت أحداث الانتفاضة الفلسطينية وأخبار الحرب العراقية الإيرانية والحرب الأهلية اللبنانية، وأكدت الدراسة الفرض القائل بعدم وجود اختلافات ذات أهمية بين الصحف

السعودية سواء من حيث الاهتمام بالموضوعات أو المستوى أو الاعتماد على مصادر الأنباء، وأوضحت أن هناك تطابق شبه تام بين الصحف السعودية في الاهتمام والتركيز على أماكن وقوع الأحداث .

ورصدت دراسة (المغامسي، ١٤١٥هـ) تطور الخبر في الصحافة السعودية من خلال تحليل مضمون عينة من ثلاث صحف (الرياض ، البلاد ، اليوم) في الفترة من١ / ١١ / ١٣٨٣هـ - ٢٩ / ١٠ / ١٤٠٨ هـ ، وأشارت النتائج إلى أن الأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية جاءت في مقدمة موضوعات الأخبار المنشورة في الصحف عينة الدراسة خلال فترة ٢٥ عاماً .

وتناولت دراسة (التويم، ١٤٢١هـ) العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، من خلال قياس حجم تغطية القضايا الاقتصادية في صحف «الرياض وعكاظ والاقتصادية» لمقارنتها بمدى أهمية تلك القضايا عند كل من «القطاعين العام، والخاص، والجمهور»، ورصد تأثير العوامل المحتملة. وأسفرت نتائج تحليل المضمون عن ست عشرة قضية اقتصادية، منحت كل قضية ترتيبا خاصا عند كل مكون من مكونات البناء الاجتماعي في فترتين زمنيتين استمرت ستة أشهر، وبينت المقارنة بين ترتيب كل طرف أن "القطاع العام" و"الجمهور" لم يؤثرا في الصحف ولم يرتبا أولوياتها، وأظهرت في المقابل أن "القطاع الخاص" هو الطرف المؤثر في عملية ترتيب الأولويات، وتدل هذه النتيجة – بحسب الدراسة - أن تدفق المعلومات بين مفردات البناء التنظيمي للمجتمع السعودي غير متناسق والترابط بين أجزائه غير متوازن. وأوصت الدراسة بمراجعة الاستراتيجية الإعلامية التي تتبعها الصحف السعودية في تناول القضايا الاقتصادية، ومنح الجمهور مساحات تحريرية كافية يعبر فيها عن قضاياه الاقتصادية التي يواجهها.

وأشارت دراسة (القرني، ٢٠٠٢) إلى حدوث تغير واضح في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي خلال السنوات الأخيرة (بعد الدراسة) حيث تناقصت أهمية المادة الإخبارية في الصحف السعودية مقابل زيادة الاهتمام بالمادة الإعلانية، كما ارتفع رصيد الموضوعات الثقافية والتعليمية مقارنة ببقية الموضوعات، و أصبح الخطاب الشوروي والحواري يحتل حيزا في الموضوعات المطروحة بعد أن كان مغيباً في فترات زمنية سابقة.

وأشارت الدراسة التي غطت قرابة خمسة وسبعين عاماً، تمثل كل العمر الزمني للإعلام المطبوع في المملكة، إلى أن الموضوعات الاقتصادية تصدرت بقية الموضوعات الأخرى بنسبة تزيد على الثلث (٣٥٪)، تليها الموضوعات السياسية ثم الثقافية/ التعليمية، ثم الرياضية.

وأوضحت الدراسة أن إحدى سمات شخصية الصحافة تتحدد من درجة الاهتمامات التي تعطيها للمحور المحلي والدولي للموضوعات. فإذا كانت نسبة الدولي عالية موازنة بالمحلي تصبح اهتمامات الصحافة دولية ، والعكس كذلك. وأشارت النتائج أن ٧٨٪ من التكرار و٨٠٪ من المساحة احتلها الشأن المحلي في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة (٧٥ عاماً) . وأن التغطيات المحلية زادت في العقود التالية إلى أن وصلت إلى ٨٦٪ في العقد التسعيني الميلادي ، وهو – بحسب الدراسة – مؤشر إلى أن سوق الصحافة الوطنية في كثير من دول العالم بدأ يتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية.

وحاولت دراسة (بن عبدي، ١٤٢٣هـ) التعرف على مدى نجاح صحافة مجلس التعاون الخليجي في تكوين اهتمامات مشتركة حول بعض الموضوعات، وهي تعيش في إطار سياسي وثقافي متشابه، والتعرف على التغيرات التي طرأت على اهتمامات الصحف خلال فترات زمنية متباينة. وبناءً على معايير محددة وضعتها الدراسة تم تحليل عينة من ست صحف خليجية بواقع صحيفة واحدة من كل دولة وهي (الرياض السعودية، البيان الإماراتية، أخبار الخليج البحرينية، الوطن العمانية، الراية القطرية، الوطن الكويتية) وتم اختيار ٢١٦ صفحة من الصفحات الأولى للصحف الست بطريقة العينة العشوائية المنتظمة خلال الفترات الزمنية التي شملتها الدراسة وهي (١٩٨١ ، ١٩٩٢ ، ٢٠٠١).

وأشارت نتائج الدراسة أن أخبار الصفحة الأولى في الصحف الخليجية يغلب عليها طابع المحلية ذو الاتجاه الإيجابي لاسيما السياسي منها، وكذلك يغلب عليها بنفس المستوى الاهتمام بالأخبار العربية، واحتلت الأخبار السياسية الجزء الأكبر من مساحات الصفحات الأولى، ولم تظهر النتائج تغيرات كبيرة في اهتمامات الصحف الست خلال السنوات الثلاث من حيث موضوعات الأخبار أو الاتجاه أو مصادر الأخبار، وخلصت الدراسة إلى أن أهم معايير انتقاء الأخبار في تلك الصحف هو القرب المكاني والثقافي..

وجاءت أخبار (الحرب والدفاع) في المرتبة الثانية في صحف الدراسة، عدا صحيفتي (الرياض) السعودية، و (الوطن) الكويتية حيث كان اهتمامهما بهذا النوع من الأخبار أقل (في المرتبة الثالثة) مقابل اهتمامها بأخبار الحوادث والكوارث في تلك الفترة (في المرتبة الثانية) . وكانت الأخبار الاقتصادية في المرتبة الثالثة لدى البيان الإماراتية، وفي المرتبة الرابعة لدى بقية الصحف.

ومن خلال تحليل مضمون صفحات الرأي في صحيفتي الرياض والوطن، أوضحت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) أن الفترة التي أعقبت أحداث مايو ٢٠٠٣ المعروفة بـ(تفجيرات الرياض) شهدت ترتيباً مختلفاً للموضوعات والقضايا الداخلية والخارجية في الصحافة السعودية، فقد زاد الاهتمام بقضايا المرأة من ٨, ١١٪ قبل أحداث مايو إلى ٣, ٢٩٪ بعدها، والبطالة من ٦, ٤٪ إلى ٨, ٩٪ ، و هيئة الأمر بالمعروف من ٢٪ إلى ١٠٪ تقريباً.

وأشارت نتائج الدراسة أن ٥٢٪ من القضايا المحلية التي اهتمت بها الصحيفتان في الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة (٢٠٠٠ – ٢٠٠٣م) تناولت قضايا المشكلات الإدارية والخدمات التنموية، تليها قضايا المرأة بنسبة ١٤٪ ، ثم قضايا الحوار الوطني والمشاركة الشعبية بنسبة أكثر من ١٠٪، ثم موضوعات التعليم، الإرهاب الداخلي، البطالة ، هيئة الأمر بالمعروف، على التوالي. أما القضايا الدولية فقد هيمنت ثلاث قضايا على اهتمامات المقالات في الصحيفتين ، وهي: القضية الفلسطينية بنسبة تزيد عن ٥٠٪ ، ثم القضية العراقية بنسبة ٢٨٪ وتداعيات أحداث سبتمبر بنسبة ٢٠٪.

وأشارت النتائج إلى الاختلاف في الاهتمام بالمؤسسات الاجتماعية السعودية خلال الفترتين الزمنيتين، إذ أن ٥٥٪ من التغطيات المقالية قبل أحداث مايو (تفجيرات الرياض) تركزت على المؤسسات السياسية، ثم المؤسسات الأمنية بنسبة ٤, ١٢٪. أما بعد أحداث مايو فقد ظلت المؤسسات السياسية في مقدمة اهتمامات الصحافة السعودية ولكن بنسبة أقل (٣٥٪ تقريباً من مجمل التغطيات)، تلتها المؤسسات الإعلامية بنسبة ٥, ١٨٪ ، كما أشارت النتائج إلى نمو متزايد في الإحالات المرجعية نحو المؤسسات الدينية بعد أحداث مايو، وزيادة بنسبة ٣٪ في الخطاب الليبرالي

وأن الاهتمام بالشأن الخارجي زاد بشكل ملحوظ في الصحافة بعد تلك الأحداث، وهو ما فسرته الدراسة بأنها تعكس اتجاهاً لدى الصحافة السعودية لمحاولة تحويل الاهتمام إلى الشأن الخارجي، وأن أفضل طريقة للهروب من حساسية الوضع المحلي هو الهروب إلى الخارج ..

وأوضحت دراسة (القرني ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي قامت بتحليل مضمون صحيفتي الرياض والجزيرة في فترتين زمنيتين، قبل أحداث سبتمبر ٢٠٠١، وبعدها ، أن النسبة الكبرى في صحيفة الرياض خصصت للمضامين الاقتصادية بنسبة ٢٢٪، بينما كانت نسبة الاقتصاد والرياضة في صحيفة الجزيرة متقاربتين بنسبة تصل لحوالي ١٧٪ لكل منهما. ووصلت نسبة موضوعات التعليم والثقافة مجتمعة إلى ٢٥٪ في الجزيرة وإلى ٢٠٪ في صحيفة الرياض. وأن نسبة التغطيات الإيجابية انخفضت في الصحيفتين في عام ٢٠٠٤م بنسبة ١٠٪ مقارنة بالعام ٢٠٠١م قبل أحداث سبتمبر، بينما زادت نسبة الاتجاه المحايد في التغطيات الصحفية من ٤,١٥٪ إلى ٣,٢٧٪

خامساً : دراسات الصورة الذهنية :

تناولت مجموعة من الدراسات بالتحليل الصورة الذهنية لشخصيات أو مؤسسات أو دول محددة في الصحافة السعودية.. يكتفي هذا المحور بعرض نماذج من تلك الدراسات.

فقد استهدفت دراسة (الشاعر، ١٤١٨هـ) التعرف على الصورة الذهنية لرجل الأمن السعودي لدى أفراد المجتمع والدور الذي تسهم به وسائل الإعلام في تكوين هذه الصورة، ومن خلال دراسة ميدانية وتحليلية على عينة من أفراد المجتمع ووسائل الإعلام السعودية خلال الفترة من ١/٢ - ٣٠ / ٧/ ١٤١٢ هـ ، خلصت الدراسة إلى اهتمام الخبراء بالسمات الأخلاقية ذات العلاقة الوثيقة بعمل رجل الأمن وعلاقته بالجمهور، مثل: المحافظة على حقوق الإنسان وكرامته ، واجتناب الظلم، وضبط النفس، ولكن هذه السمات لم تظهر في محتوى الصحف السعودية على الرغم من أهميتها. ومن المهام التي أكدت عليها إجابات الخبراء وأغفلتها الصحافة السعودية من مهام رجل الأمن : إشاعة الطمأنينة والأمن وتنفيذ الأنظمة والأوامر والتعليمات، وتقديم الخدمات، وتهذيب المخالفين وإصلاح سلوكهم، ومساعدة المصالح الحكومية والأهلية في تنفيذ مهامها.

وأوضحت نتائج الدراسة أن السمات المهنية التي وردت في قائمة الخبراء مثل: المرونة في تطبيق الأنظمة ، والتفاني في خدمة الناس والتثبت، لم تظهر بأي نسبة في محتوى الصحف السعودية وظهرت سمة مهنية واحدة في قائمة الصحف السعودية ولم تظهر في إجابات الخبراء، وهي: تردد رجل الأمن في قراراته العملية، وعلل الباحث ذلك بنشر الصحف لشكاوى القراء.

وتناولت دراسة (الزهراني، ١٤٢٦هـ) الصورة الذهنية للمعلم كما تعكسها الصحافة السعودية، واستكشاف ملامح التغير في تلك الصورة خلال فترة عشرين عاماً شملتها الدراسة بتحليل مضمون جميع المواد المشورة عن (المعلم) في ثلاث صحف سعودية هي (الرياض – عكاظ – اليوم) خلال الفترة من ١٤٠٣هـ إلى ١٤٢٣ هـ ، وتم اختيار ثلاث فترات زمنية لتمثل هذه المدة وهي أعوام ١٤٠٣ ، ١٤١٣ ، ١٤٢٣ هـ ، بواقع ١٢ عدداً لكل عام من كل صحيفة ، (١٠٨ أعداد من الصحف الثلاث) . وقسمت الدراسة نتائجها في خمسة أقسام رئيسة، بدأت بالوصف العام لصورة المعلم في الصحف السعودية الثلاث خلال عشرين عاماً، ثم مكونات تلك الصورة باختلاف الصحف ، والفترة الزمنية ، والمصدر، والاتجاه.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أكبر نسبة نشر عن مكونات الصورة الذهنية للمعلم خلال فترة الدراسة كانت بجريدة (عكاظ) بنسبة ٣٧,٩٪ ، وأن أعلى نسبة نشر كانت في العام ١٤٢٣هـ، وأن الخبر هو أكثر الأنواع الصحفية التي تناولت مكونات صورة المعلم في الصحافة السعودية بنسبة ٣٦,٦٪ يليه المقال بنسبة ٢٤,٧٪ .

وأشارت النتائج أن أكثر المصادر التي اعتمدت عليها الصحف في تشكيل صورة المعلم هي: (المسؤول) ثم (المحرر الصحفي) ثم (كاتب الرأي الثابت) و (المعلم) ، وأن الاتجاه المحايد في تقديم صورة المعلم حظي بنسبة ٤٢,٧٪ مقابل ٣١,٣٪ للاتجاه السلبي ، و٢٦٪ للاتجاه الإيجابي. وأكدت النتائج أن الاتجاه في جريدة (عكاظ) كان يميل إلى الخروج من منطقة الحياد، فهو إيجابي بنسبة ٤٤,١٪ ، وسلبي بنسبة ٣٩,٤٪ ، فيما كانت الصورة محايدة أكثر في جريدة (الرياض) ، وسجلت (اليوم) أقل نسبة في درجة السلبية، وتصدرت نسبة النشر الإجمالية حول (حقوق المعلم) بنسبة تعادل ضعف نسبة النشر الإجمالية حول (واجباته) ، وجاء في المرتبة الأولى في مجال الحقوق (الحقوق المهنية) فيما حل أولاً في مجال الواجبات (الواجب نحو الطالب) .

وأوضحت النتائج أيضاً أن (الصورة الذهنية للمعلم حسب المصدر الذي نقلت عنه الصحف) كانت سلبية عند كاتب الرأي والمعلم نفسه، وبقية المصادر باستثناء المسئول الذي بدا إيجابياً معظم الوقت ، بينما كان المحرر الصحفي يميل نحو الاتجاه المحايد. ولم تختلف صورة المعلم في الصحف الثلاث كثيراً خلال الفترات الزمنية الثلاث من حيث السلبية والإيجابية ، وأشارت الدراسة إلى أن ارتفاع نسبة المواد التي صورت المعلم صورة سلبية في بعض الأحيان قد تكون متوهمة وغير حقيقية أو مبالغاً فيها بسبب خلو معظم الموضوعات المنشورة من الأدلة التي تؤكد صحة هذا الاتجاه السلبي.

واستهدفت دراسة (عالم، ١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧م) تحديد ملامح الصورة الذهنية للولايات المتحدة في الصحافة السعودية، من خلال دراسة تحليلية وصفية لأربع صحف سعودية، هي: (الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم) وركزت الدراسة على تحليل المقالات الصحفية ، في ١٩٢ عدداً من الصحف الأربع خلال أربع سنوات (من سبتمبر ١٩٩٩م إلى أغسطس ٢٠٠٣م) بواقع ١٢ عدداً لكل صحيفة في السنة الواحدة.

وأشارت الدراسة إلى أن اتجاه الصحافة السعودية في فترة الدراسة نحو الحكومة الأمريكية كانت سلبية في الغالب، أما اتجاهاتها نحو الشعب الأمريكي فقد ارتفعت فيها النتائج المحايدة، وارتفع الاتجاه السلبي بصورة واضحة في المقالات الصحفية بصحيفة (الرياض) مقابل اتجاه إيجابي نسبي بصحيفة (عكاظ) واتجاه محايد في صحيفة (الوطن) .

وأوضحت الدراسة أن الصورة الذهنية للولايات المتحدة الأمريكية كما عكستها المقالات الصحفية في الصحف الأربع كانت تميل إلى الاتجاه السلبي قبل أحداث ١١سبتمبر ٢٠٠١م، ثم ارتفع الاتجاه الإيجابي نسبياً بعد الأحداث ..

سادساً : السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية:

تعددت الدراسات التي تناولت الفنون الصحفية المختلفة (خبر ، تقرير ، تحليل، تحقيق ، مقال ، إعلان..) مجتمعةً أو كلاً على حدة. وركزت الدراسات التي استهدفت التعرف على ملامح الخطاب الإعلامي على تحليل مضمون مقالات الرأي، في حين

تناولت الدراسات التي ترصد أولويات الاهتمام تحليل الأخبار، واهتمت دراسات أخرى بتقييم مستوى حضور الفنون المختلفة في الصحف، أو تقييم السمات الفنية والإخراجية واستخدام العناوين والصور والكاريكاتير في التغطيات الصحفية للموضوعات المختلفة..

فقد أوضحت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) التي تتبعت تطور الخطاب الصحفي السعودي خلال ثمانية عقود، أن الصحافة السعودية صحافة «خبر» أكثر من كونها صحافة «رأي» ، حيث إن ٤٤٪ من التوزيع التكراري لمختلف المواد الصحافية في جميع مراحل العينة (من ١٩٢٥ إلى ١٩٩٥) كان معنيًا بمادة الخبر، ويقابل ذلك ١١٪ للمقالات الصحافية التي تعبر عن افتتاحيات الصحف وأعمدة الرأي. واعتبرت الدراسة أن هذه النتيجة تعطي الصحافة السعودية سمة تميزها عن صحف الدول الأخرى التي عادة ما تكون مثقلة بالرأي، وعادة الرأي الرسمي ورأي النخبة التي تعمل في فلك الرأي الرسمي.

وأشارت النتائج إلى حدوث تناقص تدريجي في تكرار المادة الإخبارية في الصحافة السعودية خلال العقود الماضية، حيث إن تكرار الأخبار في العقد العشريني الميلادي كان ٧٥٪ وفي الثلاثيني ٨١٪، ثم تناقص إلى ٣٤٪ في العقد التسعيني.

وتختلف هذه النتائج مع ما أشار إليه (هاشم ، ١٤٠١هـ، ص٥٠) من عدم اهتمام الصحف (في بدايات ظهور الصحافة بالمملكة) بالجوانب الإخبارية وعدم عنايتها بأشكال الكتابة الصحفية، حيث لم تظهر الأخبار والتقارير والتحقيقات الصحفية بشكل دائم، وسيطرت المقالة على أغلب المواد المقدمة، وترجع سيطرة المقالة إلى طغيان المواد الأدبية على الصفحات، إضافة إلى غياب الحس الصحفي، وعدم تأهيل العاملين في الصحف بما يجعلهم قادرين على تقديم عمل صحفي متكامل.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النتائج، أن (هاشم، ١٤٠١هـ) يتحدث فقط عن عدد قليل من السنوات الأولى في نشأة الصحافة السعودية، بينما تناولت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ) فترات زمنية طويلة امتدت ثمانيةعقود ..

وركزت دراسة (المقرن، ١٤٠٧هـ) على فن العمود الصحفي، وقامت بدراسة تحليل

مضمون الأعمدة في صحيفتي الجزيرة والرياض، وأشارت النتائج أن صحيفة الرياض تركز على الثقافة الوافدة المستغربة، بينما اهتمت الجزيرة بالثقافة الشعبية والتراث القديم، وكان التركيز الأول للأعمدة الصحفية في (الجزيرة) على القضايا الفنية والمنوعة، مقابل تركيز العمود الصحفي في (الرياض) على القضايا الاجتماعية

وأشارت دراسة أخرى للقرني (القرني، ١٩٩٢) حول خصائص الصحافة السعودية إلى أن هناك فروقاً بين الصحف السعودية في النوع الكتابي الذي يغلب عليها، ففي حين جاءت صحيفتا (اليوم) و (الرياض) كصحيفتي رأي ، لاحظت الدراسة أن صحف (المدينة، والبلاد، والندوة) هي صحف خبرية بشكل أكبر .

ومن الدراسات التي تناولت فن المقال الصحفي في الصحافة السعودية دراسة (العجمي، ١٤٢٣ هـ / ٢٠٠٣م) التي استهدفت تحديد طبيعة المقال الصحفي في الصحافة السعودية بأنواعه الثلاثة (المقال التحليلي – الافتتاحية – العمود الصحفي) من حيث بنائه ومضمونه وأسباب كتابته، أخذاً بعين الاعتبار فئات التحليل النظرية المستخدمة في كتابة المقال من جهة وعلاقة المقال بالمحيط الذي يتواجد فيه من جهة أخرى.

وأشارت النتائج إلى أن ٨١,٥٪ من المقالات عينة الدراسة ، تتفق عناوينها مع مضمون مقالاتها، وأن ٥١٪ تقريباً من المقالات كتبت بأسلوب تحليلي ، البقية بأسلوب إنشائي. وكان ٣٧٪ من المقالات ذات مضمون سياسي ، و١٩,٤٪ ذات مضمون اجتماعي، و١٢٪ ذات مضمون ثقافي. وكانت نسبة ٥٠٪ من المقالات تتجه للمحيط المحلي و٣٧٪ منها تسعى للشرح والتفسير، يليه هدف الإشادة ثم إثارة التساؤلات والنقد والتوعية كأقل الجوانب التي سعت المقالات لتحقيقها

ومن الدراسات التي قارنت بين استخدام الفنون الصحفية المختلفة لمعالجة قضية محددة، دراسة (عزة، والجوهرة ١٤٢٤هـ) التي تناولت حجم التغطية الصحفية لقضايا الجمعيات الخيرية والأشكال الصحفية المستخدمة (القوالب الفنية) في معالجتها من خلال تحليل عينة من صحيفتي الرياض والجزيرة خلال الفترة من عام ١٩٩٤ حتى عام ٢٠٠٢م .

وأظهرت الدراسة الاهتمام الكبير الذي توليه الصحيفتان بالقوالب الفنية الإخبارية على حساب التقليل من مادة الرأي في مناقشة القضايا والموضوعات الخاصة بالجمعيات الخيرية.

وجاء تركيز صحيفتي الدراسة (الرياض والجزيرة) على الخبر الصحفي في الترتيب الأول بنسبة (٥١,٤٪) للرياض، و(٤٥,٧) للجزيرة، ثم التقرير الصحفي في الترتيب الثاني بنسبة (١٧,٩٪) بالرياض ، و(٢٩,٦٪) للجزيرة ، وجاءت التحقيقات الصحفية، في الترتيب الرابع في الصحيفتين بنسبة (١٠٪ للرياض) و(٩٪) للجزيرة . ثم الحوارات الصحفية والتي احتلت الترتيب الخامس بنسبة (٣,٥٪) للرياض، (٣,٥٪) للجزيرة وأخيرا المقال الصحفي الذي احتل الترتيب السادس والأخير بنسبة(٢,١٪) للرياض، و(٢,٥٪) للجزيرة.

وفسرت الدراسة ارتفاع الاعتماد على الخبر أكثر من مواد الرأي بسبب اعتماد الصحف على المواد التي ترسل إليها من الجمعيات الخيرية، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (المقوشي، ٢٠٠٠م) عن قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية والتي كان فيها الاعتماد الأكثر في صحف دراسته على الخبر ثم التقرير ثم التغطيات الصحفية..

وأشارت نتائج دراسة (المغامسي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٥م) إلى ارتفاع نسبة الأخبار والتقارير قياساً ببقية الفنون التحريرية الأخرى في معالجة الصحافة السعودية لقضايا السياحة، وفسرت الدراسة هذه النتائج بأن عينة الصحف التي أخضعتها للتحليل كانت صحف يومية تعد الأخبار والتقارير العمود الفقري لأدائها، ومن الطبيعي أن تستحوذ على النسبة الأكبر من أشكال عرض موضوعاتها بخلاف المجلات التي ينخفض فيها معدل الأخبار والتقارير، وجاءت الإعلانات في المرتبة الثالثة في خمس من صحف الدراسة باستثناء صحيفة (الرياض) التي تقدمت فيها الإعلانات فيها إلى المرتبة الثانية من بين أهم الأشكال التحريرية التي غطت بها الصحيفة موضوعات السياحة.

وعن نوعية العناوين المستخدمة في نشر موضوعات السياحة الداخلية في الصحف التي تناولتها الدراسة، أشرت النتائج أن العناوين الرئيسة والمانشت كانت هي المهيمنة على معظم تغطيات الصحف، وكانت نسبة الموضوعات التي صاحبتها عناوين (تمهيدية) مقبولة ومنطقية في أكثر صحف الدراسة ، وكانت أعلى نسبة لهذه الفئة من العناوين في صحيفة (الجزيرة) التي استخدمت (العناوين التمهيدية) في ٦٣٪ من إجمالي الموضوعات التي نشرتها عن السياحة الداخلية في السعودية، وكانت أقل نسبة في جريدة (عكاظ)، وجاءت جريدة (الجزيرة) أيضاً في مقدمة صحف الدراسة في استخدام (العناوين الداخلية) بنسبة ١٥٪ .

وعن الصور الفوتوغرافية المصاحبة للمواد التحريرية عن موضوعات السياحة، أشارت النتائج إلى أن مصاحبة الصور جاءت بنسبة ٧٧٪ من الموضوعات المنشورة في صحيفة (عكاظ) مقابل ٥٤٪ تقريباً في صحيفة (الجزيرة)، وكان هناك تقارب كبير في نسبة الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية في صحف (البلاد، الندوة، اليوم) وكانت نسبة الصور الحديثة أقل من الصور الأرشيفية في كل الصحف، وجاءت نسبة الصور الملونة المصاحبة لموضوعات السياحة في المرتبة الأولى في صحيفتين فقط، هما (عكاظ ، والرياض)، بينما كانت ٧٢٪ تقريباً من الصور عن تلك الموضوعات في صحيفتي (البلاد) و (الجزيرة) هي (صور أبيض وأسود).

وقامت دراسة (بيت المال، والسهلي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٤ م) بتحليل محتوى المقالات الصحفية في صفحات الرأي بصحيفة (الشرق الأوسط) لمدة ٣ أعوام لمعرفة اتجاهات المقالات الصحافية بعد أحداث ١١ سبتمبر، وسعت الدراسة للإجابة على جملة من الأسئلة البحثية، تتناول (موقع المقال التحريري في صفحات الصحيفة، والمادة المرئية المصاحبة للمقال الصحفي، والموضوع الذي يغطيه، وجنسية كاتبه، وعلاقته بأحداث ١١ سبتمبر، والدولة الأساسية التي تناولها المقال، والمذهب الفكري، والجدلية الأساسية فيه، وموقفه من الولايات المتحدة الأمريكية ومن المملكة العربية السعودية..)

ورصدت الدراسة أن نسبة المقالات التي يمكن تصنيفها باعتبارها تمثل (توجهاً غربياً مدنياً) احتلت ٤١٪ تقريباً من جميع المقالات التي خضعت للتحليل ، مقابل ٢٦٪ تقريباً للاتجاه القومي ، ١٥٪ للاتجاه الإسلامي. وحول طبيعة الخطاب في المقال الصحافي اتضح أن المقالات الصحفية التي كان لها علاقة مباشرة بأحداث ١١ سبتمبر بلغت ٧٧ مقالاً، أي بنسبة ١٣,١ في المائة، فيما بلغت المقالات التي على علاقة غير مباشرة ٩٤ مقالا، أي بنسبة ١٦ في المائة. أما المقالات التي ليس لها علاقة فقد بلغت ٤١٧ مادة، بنسبة ٧٠,٩ في المائة من مجموع مواد عينة الدراسة. ورصدت الدراسة أن الدول الأساسية في جملة المقالات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوعها، اتضح أن نحو ٦٩ مادة لها صلة بأميركا أي بنسبة تصل إلى ٤٠,٤ في المائة. فيما وصل عدد المقالات التي لها علاقة بأفغانستان إلى ١١ مادة أي بنسبة ٦,٤ في المائة. أما المقالات التي لها علاقة بالسعودية فقد وصل عددها إلى تسع مواد بمعدل ٥,٣ في المائة.

وعن الجوانب الفنية في المقال الصحفي، أوضحت الدراسة أن المادة المرئية كانت ضئيلة جداً في صفحات الرأي التي خضعت للتحليل، فقد خلت ٣٦,٤٪ من المقالات من أي مادة مصورة مصاحبة، وتضمنت ٥٨,٧٪ منها صورة شخصية للكاتب أو الكاتبة ، أما الرسم التوضيحي (الجرافيك) فلم يتجاوز ٠,٥٪ . واعتبرت الدراسة هذه النتيجة أمراً متوقعاً، لاعتماد المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب.

وتناولت دراسة (الشلهوب، ١٤٢٥هـ) فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية من خلال دراسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على الكيفية التحريرية التي تقدم بها التحقيقات الصحفية لمعرفة مدى التزام الصحفيين السعوديين بالأصول والخطوات العلمية اللازمة لأعداد التحقيقات الصحفية، وأهم الاتجاهات التحريرية التي شهدتها الصحافة مؤخراً في مجال التحقيق. وقامت الدراسة بتحليل التحقيقات الصحفية المنشورة في صحف (الرياض وعكاظ واليوم) خلال عامي ١٤٢٠ ، و١٤٢١هـ والبالغ عددها ١٠٢٩ تحقيقاً في ٢٦٧عدداً، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج التي يمكن الخلوص منها إلى ضعف الأداء المهني للصحف السعودية في مجال إعداد وتنفيذ

التحقيقات الصحفية، وتتمثل هذه المؤشرات في : ضعف البناء المعلوماتي للتحقيقات الصحفية المنشورة في الصحف السعودية عينة الدراسة، غياب البعد النقدي والتقويمي في موضوعات التحقيقات الصحفية المنشورة في الصحف السعودية، عدم عناية الصحف بالاهتمامات النوعية المستحدثة للقراء، عدم أخذ الصحف السعودية بالاتجاهات الحديثة في تحرير التحقيقات وإخراجها.

وأوصت الدراسة بالانتقال من التركيز على كمية التحقيقات الصحفية المنشورة، إلى العناية بكيفية تناول الموضوعات المطروحة وعرضها بما يتلاءم مع التطورات الحادثة في بنية التحقيق الصحفي، والالتزام بالمعايير المهنية اللازمة لإعداد التحقيقات الصحفية .

ومن الدراسات التي تناولت بالتحليل مختلف الفنون الصحفية في الصحافة السعودية دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى النسبة الخبرية تصل إلى ثلثي المادة الصحفية في تغطية صحيفة الرياض للقضايا المحلية، مقابل ٤٦٪ تقريباً في صحيفة الجزيرة التي أفردت مساحة أكبر للتقارير والتحقيقات والأحاديث الصحفية بنسبة ٢٤٪ تقريباً من موادها ، مقابل ١٥٪ فقط في صحيفة الرياض. وكانت الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحيفتين تتجه إيجابياً في الغالب ، وتتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها..

فقد كانت معظم الأخبار في صحيفتي الرياض والجزيرة إيجابية بنسبة ٧٣٪ ، وكذلك التقارير والتحقيقات. أما المقالات فلم تتجاوز نسبة الاتجاه الإيجابي فيها ٤١٪ ، وارتفعت نسبة الاتجاه السلبي في الكاريكاتير إلى ٨٠٪ .

وفيما يتعلق بالسمات الفنية والإخراجية في الصحافة السعودية أشار (حافظ، ١٣٩٨هـ ، ص ١٥٩) أن الصحف السعودية لم تهتم في بدايات نشأتها بالإخراج الصحفي، حيث لم تولِ الصحف الصادرة آنذاك أي اهتمام بجانب الشكل؛ إذ خلت صفحاتها من العناصر الطباعية المميزة كالصور والعناوين العريضة والممتدة، وتعد جريدة المدينة المنورة – وهي خامس جريدة تصدر في المملكة – أول صحيفة تستعمل الصورة في إخراج صفحاتها.

وعن إسهام (الكاريكاتير) الصحفي السعودي في تسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية قامت دراسة (الدعيلج، ١٤٢٥هـ) بحصر كمي وكيفي لرسوم (الكاريكاتير) في الصحف السعودية التي قامت بتسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية خلال العام ١٤٢١هـ وشمل البحث جميع الصحف اليومية في المملكة العربية السعودية التي تنطوي تحت مظلة نظام المؤسسات الصحفية وهي: صحيفة (البلاد)، وصحيفة (الجزيرة)، وصحيفة (الرياض)، وصحيفة (عكاظ)، وصحيفة (المدينة)، وصحيفة (المسائية)، وصحيفة (الندوة)، وصحيفة (اليوم)، واستبعدت صحيفة (الوطن) لأنها لم تصدر إلا في الثلث الأخير من عام ١٤٢١هـ، والذي حدد مدة زمنية للبحث. وخضعت جميع الأعداد التي صدرت عن تلك الصحف اليومية في حدود ٣٦٠ عدداً للصحيفة الواحدة، عدا صحيفة (المسائية) و(الندوة) نحو ٢٨٨ عدداً لكل واحدة منهما لأنهما تتوقفان عن الصدور يوم الجمعة من كل أسبوع.

ورصدت الدراسة ٧٢ قضية تعليمية وتربوية تناولتها الرسوم (الكاريكاتيرية) في الصحف السعودية من خلال ٣٩٦ كاريكاتيرا بواقع ٣٣ كاريكاتيراً في الشهر الواحد، وجاءت صحيفة (الجزيرة) في المرتبة الأولى من حيث مجموع ما نشر من هذه (الكاريكاتيرات)، بنسبة ٤٣,٧٪ تليها صحيفة (الرياض) بنسبة ٢٥٪، ثم صحيفة (عكاظ) بنسبة ١١٪ ثم صحيفة (المسائية) ثم (اليوم) ثم (الندوة) ثم (البلاد) .

وأشارت النتائج أن الكاريكاتير في الصحف السعودية سلط الضوء على نقد السلوكيات الخاطئة، بنسبة ٢٥٪ من مجموع ما نشرته صحف العينة من رسوم الكاريكاتير، ثم تناولت بقية الرسوم قضايا مثل : كثافة المناهج الدراسية وصعوبتها وجمودها ، إهمال الطلاب في الدراسة والتحصيل، الدروس الخصوصية، مشكلات الاختبارات، مشكلات القبول والتسجيل في الجامعات والكليات والمعاهد، بطالة الخريجين.

ومن حيث الكيف فقد أشارت النتائج أن نسبة الرسوم الكاريكاتيرية التي عرضت بشكل تقليدي (عادي) كانت ٦٢,٦٪ أما المبتكر منها فلم يتجاوز ٣٧٪ ولكنها تميزت بأنها اهتمت بالتفصيلات لكل مشكلة استعرضتها بنسبة ٧٤,٥٪ ، وكانت نسبة كبيرة جداً بلغت (٩١٪) من التعليقات التي تضمنها هذه الرسوم مباشرة وصريحة. واتبعت هذه الرسوم في تسليطها الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية عدداً من أساليب التربية الإسلامية جاء في مقدمتها أسلوب (التحفيز لاتباع القدوة الحسنة) ثم أسلوب (الموعظة والنصيحة) ثم أسلوب (المعرفة النظرية) .

وانتهت دراسة (العنزي، ١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦م) إلى أن إخراج الصحف السعودية الإلكترونية (في وقت الدراسة) لم يكن يتماشى بشكل عام مع الطبيعة الخاصة بالإنترنت بظروفها في المملكة، حيث أكدت الدراسة على أن ذلك الضعف يعود إلى عدم إفادة تلك الصحف في إخراجها من الإمكانات الاتصالية التي تتيحها شبكة الإنترنت وهو ما يتأكد من عدم اتاحة الصحف للخدمات التفاعلية المباشرة، وإغفال الصحف خدمة ربط الموضوعات بسياقاتها، وضعف إفادة الصحف في تصميمها من الوسائط المتعددة.

وأشارت الدراسة إلى عدم مراعاة الصحف في إخراجها للطبيعة الخاصة بشبكة الإنترنت، وذلك من خلال بطء تحميل الصفحات الرئيسة للصحف السعودية الإلكترونية أمام المتلقين، حيث أظهرت الدراسة أن أسرع الصحف السعودية الإلكترونية تحميلاً أمام المتلقين هي صحيفة (اليوم) التي كان يستغرق متوسط تحميلها (٢٤،٦٣) ثانية، فيما يصل متوسط الوقت المطلوب لتحميل الصفحة الرئيسة لأبطأ الصحف السعودية التي تمت دراستها - وهي صحيفة المدينة - (١٤٣،٧٤) ثانية، وهو وقت بطيء جداً وفقاً للمقاييس العالمية التي اعتمدتها المواقع الخاصة بقياس سرعة تحميل المواقع الإلكترونية على الإنترنت. وأشارت الدراسة إلى أن جميع الصحف - باستثناء صحيفة «الرياض» - تعتمد في تصميم صفحاتها الرئيسة على أسلوب الوحدات الإلكترونية، وهو الأسلوب الذي لا يحقق بشكل كامل البعد الاتصالي الذي تقوم عليه الصحف الإلكترونية، التي تتسم بضخامة المحتوى، وتعدد الخدمات الاخبارية والاتصالية، كما أن التصميم تأثر سلباً بعدم عناية الصحف السعودية

الإلكترونية بمتطلبات التحرير للإنترنت، حيث اتسمت المواد المنشورة في الصحف السعودية الإلكترونية بطول العناوين والمتون، وفسرت الدراسة ذلك بأنه يعود إلى عمل الصحف السعودية الإلكترونية على نشر جميع محتويات النسخ المطبوعة من هذه الصحف، ومحاكاة الهوية الشكلية للنسخ المطبوعة، خاصة فيما يتعلق بتصميم اللافتة، والألوان، وأشارت الدراسة إلى أن بعض صحف الدراسة كانت تلتزم في إصدارها الإلكتروني بنشر جميع العناصر المنشورة في الإصدار المطبوع بما في ذلك الصور غير الملونة، وهو إجراء لا يتناسب مع الطبيعة الملونة لصفحات الإنترنت.

سابعاً : السياسة الإعلامية والتنظيمات الصحفية :

تتبعت دراسة (الشبيلي، ١٤١٨هـ) المراحل الزمنية التي مرت بها قرارات الدولة السعودية في التعامل مع الصحف وتنظيمها قبل إنشاء وزارة الإعلام، فقد صدرت أو لوثيقة تشير إلى إنشاء جهاز حكومي للتعامل مع المطبوعات الداخلية والخارجية ومراقبتها من الديوان السلطاني بتوقيع عبد العزيز ملك الحجاز وسلطان نجد في ٢٨ المحرم١٣٤٥هـ١٩٢٦/٨/٦م، أي:بعد أشهر عدة من دخول جدة في الحكم السعودي.

ونصت الوثيقة على تشكيل إدارة للمطبوعات، وفي أواخر عام ١٣٤٧هـ صدر أول نظام للمطابع والمطبوعات، فصارت تسمى قلم المطبوعات، وأصبحت مرجعاً لتطبيق النظام،وطلب من النائب العام في مكة المكرمة إصدار التعليمات التنفيذية له، وتكونت بموجب النظام لجان لمراقبة المطبوعات، ترجع في تقاريرها إلى النائب العام، وأوضح النظام طريقة تشكيل اللجان الفرعية في المناطق (الملحقات)، وكانت اللجنة الرئيسة في مكة المكرمة (العاصمة) تتكون من مندوبين من النيابة العامة، وقلم المطبوعات، ورئاسة القضاء، ومديرية المعارف، وتجتمع بانتظام، ثم أصبحت هذه الدائرة جزءاً من إدارة الخارجية، وعندما تأسست وزارة الخارجية في أواخر رجب عام ١٣٤٩هـ، صارت دائرة قلم المطبوعات جزءاً من الوزارة مدة تزيد على ربع قرن، وأضحت الجهة الحكومية المعتمدة لنشر البلاغات الرسمية الصادرة عن أجهزة الدولة، كما أشار إلى ذلك أمر الملك عبد العزيز، وكما أكدت عليه أوامر النيابة العامة، وتعميمات وزارة الخارجية في ما بعد. وخلال هذه المدة صدر في

عام ١٣٥٨هـ نظام آخر للمطابع والمطبوعات، صار فيه قلم المطبوعات بمديرية الخارجية، هو المرجع في تطبيقه. وقد ظلا لوضع على هذا النحو طيلة عهد الملك عبد العزيز إلى أن صدر في عام ١٣٧٤هـ (١٩٥٥م)، أي بعد نحو عام من بدء عهد الملك سعود مرسوم ملكي يقضي بدمج قلم المطبوعات ومديرية الإذاعة في مديرية جديدة، للإذاعة والصحافة والنشر، وأصبحت تلك المديرية نواة لوزارة الإعلام فيما بعد وتحديداً في شهر ذي القعدة عام ١٣٨٢هـ الموافق مارس ١٩٦٣م .

وتشير دراسة (هاشم، ١٤١٨هـ) إلى أنه على الرغم من عدم وجود وثيقة مستقلة بالسياسة الإعلامية عند إنشاء المملكة العربية السعودية إلا أن السياسة الإعلامية كانت سياسة راسخة في الإعلام السعودي حتى قبل إنشاء مؤسساته وهياكله المستقلة ، وقبل صدور السياسة الإعلامية لاستنادها على الهوية الإسلامية. وتوضح الدراسة إلى أن نظام المؤسسات الأهلية الصحفية بدأ العمل به في عام ١٣٨٣هـ/١٩٦٣م لتنظيم الصحافة السعودية، وتنفيذاً لمواد هذا النظام وبنوده فقد أعيد تشكيل جميع الصحف على أساس الملكية الجماعية لا الفردية .

ولتحديد الخطوط العريضة للرسالة الإعلامية تم في صفر ١٣٩٧هـ / يناير١٩٨٨م تشكيل (المجلس الأعلى للإعلام) الذي يختص بوضع سياسة إعلامية تحقق الأهداف العامة للمملكة العربية السعودية تنبثق من الشريعة الإسلامية، ويقوم بمتابعة تنفيذ السياسة الإعلامية بعد إقرارها ، وعليه اقتراح ما يراه من تعديلات عليها، والإشراف على جميع ما يقدم في الإذاعتين المسموعة والمرئية، وما تحويه الكتب والمجلات والصحف والأفلام والتسجيلات والإعلانات، وكل صلة بالإعلام الحكومي أو الخاص داخلياً أو خارجياً ووسائل الاتصال بالجمهور.

وقدمت دراسة (التركي، ١٤١٨هـ) تحليلاً وتقويماً لمقومات تكامل العمل الإعلامي بين السياسة الإعلامية والمؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية، وأشارت إلى أن تلك المؤسسات تتحكم من خلال الصحف في طرح ومعالجة قضايا المجتمع المختلفة، وأوصت بإعادة النظر في مفهوم المؤسسات الصحفية والمهام التي يجب أن تؤديها في المملكة العربية السعودية.

وتذهب دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) إلى أن صدور نظامين للمطبوعاتخلالعهد الملك عبدالعزيز يشير إلى سعي الدولة السعودية منذ البداية لتكون الصحافة أداة للتثقيف والتوجيه في المجتمع ، وأن تعمل على استلهام معطيات الدين الإسلامي الحنيف، وأن تلتزم بأخلاقيات الكلمة البناءة عبرالصدق فيما يصدرعنها، وعبر الالتزام بالنقد الموضوعي، مشيرة إلى أن نظامي المطابع والمطبوعات المشار إليهما قد اشترطا ضرورة التأهيل العالي للقائمين على إصدار الصحف ، حيث نص النظام الأول على أنه يتعين على كلٍ من يطلب الترخيص بإصدار صحيفة "أن يكون مجازاً من مدرسة عالية، أو مجازاً بالدرس أو بالغاً من التحصيل في سائر المدارس ما يعاد لذلك.

وفصلت دراسة (الشبيلي، ١٤٢١هـ ٢٠٠٠م) ما ورد في قرار مجلس الوزراء رقم (١٦٩) عام ١٤٠٢هـ الذي تناول السياسة الإعلامية وأسس الإعلام السعودي وأهدافه ومبادئه، وأشارت الدراسة أن تلك السياسة تحدد الأطر والأهداف والمقاصد العمومية دون الدخول في الجزئيات وأنها لم تترجم بعد إلى خطوط عملية واستراتيجيات ومازالت بحاجة إلى لوائح مفصلة تكون بمثابة آليات للتنفيذ والتطوير لكل وسيلة إعلامية. وأشارت الدراسة أن السياسة الإعلامية تضمنت التأكيد على التزام الموضوعية في الطرح الإعلامي والابتعاد عن المهاترات والمبالغات، والتأكيد على حرية التعبير في القيم الإسلامية والوطنية.

وخلصت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) إلى أن وسائل الإعلام المطبوع في السعودية المتمثل في الصحافة لاتزال تعيش في كنف المؤسسات السياسية، وحسب نتائج تحليل محتوى صفحات الرأي في صحيفتي الرياض والوطن خلال الفترة ٢٠٠٠م إلى ٢٠٠٣م فقد ظهرت نسبة كبيرة من الإحالات المرجعية إلى المؤسسة السياسية في الدولة، رغم الانفتاح العام في المجتمع والتطور المؤسسي ونمو مؤسسات المجتمع المدني.

واعتمدت دراسة (مركز ستانهوب، ٢٠٠٣) على شبكة من الصحفيين والمحامين والمحللين قاموا بتجهيز تقارير ووصف سياسات وقوانين وسائل الإعلام في عدد من بلدان الشرق الأوسط والمغرب العربي، وقامت الدراسة بتحليل ملخصات ونصوص

أصلية للفقرات الدستورية المعمول بها والتشريعات الضابطة لوسائل الإعلام باختلاف أشكالها، وتتبعت التطور التاريخي لتشريعات وسائل الإعلام. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن موضوع الترخيص للصحف قانونياً يأتي في كثير من الدول كأسلوب تحكم قانوني في الصحف وليس بسبب ملكيتها. وأضافت الدراسة أن أسلوب الترخيص المسبق في المملكة العربية السعودية يصدر عن مؤسسة الصحافة أو ترخيص من وزير الإعلام بعد الحصول على موافقة مجلس الوزراء. وتضم البلدان الأخرى التي تتبع نظاماً مشابهاً، تونس، العراق، الجزائر والمغرب. ويمكن تعليق أو إلغاء الترخيص بعد إصداره إذا ما خالف المحررون أو الصحفيون القوانين السائدة الخاصة بالنشر.

ورصدت الدراسة أن هنالك العديد من الدول مثل السعودية والعراق وليبيا وسوريا تحدد سلطة القضاة بنقض القرارات الإدارية التي ترفض منح الترخيص أو توقف نشر صحيفة. كما أن هنالك قوانين معينة تطبق للرقابة على الصحف والمجلات الأجنبية المستوردة من الخارج. ففي السعودية يحق لوزير الإعلام مصادرة أية إصدارات ممنوعة أو غير مرخصة وإتلافها دون دفع أية تعويضات مقابل ذلك. ويحق له أيضاً الاحتفاظ بها أو إعادة تصديرها. وأشارت الدراسة أن العديد من الدول من بينها المملكة العربية السعودية تفرض الحصول على ترخيص قبل تأسيس المطابع الصحفية.

وقدمت دراسة (العنزي، ١٤٢٤هـ) قراءة في نظام المطبوعات والنشر السعودي الذي صدر عام ١٤٢١هـ الموافق ٢٠٠١م ، وأشارت الدراسة إلى أن بعض المواد الجديدة على البيئة التنظيمية التقليدية للإعلام السعودي قد لفتت أنظار المختصين بالإعلام، كالمادة (٤٤) التي تنص على السماح بإنشاء جمعيات للنشاطات الإعلامية الواردة في النظام، وكذلك المادة (٢٥) التي نصت على إمكانية إصدار الصحف من قبل الجهات الأهلية أو الأفراد. وإن تم التطرق لتلك المادتين الهامتين في النظام بشكل رئيس للاستدلال على الشخصية الانفتاحية للنظام الجديد؛ فإن هناك من المواد ما لا يقل أهمية عن المادتين المذكورتين في الاستدلال على تخفيف القيود الرسمية والحكومية عن النشاط الإعلامي. واعتبرت الدراسة أن المادة الرابعة

والعشرون (٢٤) لا تقل أهمية في رسم التوجيه غير الرقابي بنصها على أنه "لا تخضع الصحف المحلية للرقابة، إلا في الظروف الاستثنائية التي يقرها رئيس مجلس الوزراء" وكذلك المادة (٣١) التي تنص على أنه "لا تمنع الصحيفة عن الصدور إلا في الظروف الاستثنائية، وبعد موافقة رئيس مجلس الوزراء." ، وقدمت الدراسة ملاحظات قانونية ، وفنية (إعلامية متخصصة) وتحريرية شكلية على نظام المطبوعات والنشر السعودي.

ثامناً : اقتصاديات الصحافة السعودية:

استعرضت دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) الأنماط التي كانت سائدة لملكية الصحف السعودية عند نشأتها، والانعكاسات المهنية والاقتصادية التي ترتبت على أنماط الملكية السائدة، حيث تأثرت الصحافة بالملكية الفردية التي كانت السمة الغالبة على الصحف التي صدرت خلال (عهد صحافة الأفراد ، وعهد دمج الصحف) من ١٣٥٠هـ إلى ١٣٨٣هـ ، وأسهمت في إضعاف القدرات الاقتصادية للصحف، بما جعلها غير قادرة على توفير متطلبات إنتاجها، إضافة إلى إسهام هذا النمط من الملكية في طغيان النظرة المادية لملاك الصحف، ومن ثم تسابقهم للحصول على أكبر قدر من العوائد المالية المتحققة من نشر الإعلانات الحكومية دون محاولة الارتقاء بالصحف. وبحسب الدراسة فقد كان من أهم ملامح ضعف اقتصاديات الصحف آنذاك : عدم توافر الإمكانات اللازمة للإصدار، حيث لم تكن أغلب الصحف تمتلك مطابع خاصة بها، بل إن العديد من الصحف لم تكن قادرة على دفع مستحقات المطابع التي تطبع فيها، كما أن ضعف اقتصاديات الصحف أدى إلى قلة العاملين في الصحف ، حيث كان صاحب امتياز الصحيفة يعمل في صحيفته « محرراً ومخرجاً ، وموزعاً وداعياً إليها ، وجامع اشتراكات.. وإلى جانب ضعف القدرات المالية الفردية فقد رصدت الدراسة مجموعة من العوامل التي أسهمت في ضعف اقتصاديات صحف الأفراد ومنها:

- ارتباط اقتصاديات الصحف باقتصاديات البلاد التي كانت تشهد ضعفاً كبيراً على المستويين الرسمي والخاص ، وهو انعكاس طبيعي لمراحل التأسيس الأولى للدولة.

- قلة انتشار الصحف بما يعنيه ذلك من قلة التوزيع حيث عانت الصحف السعودية في بداياتها من ضعف العائدات المالية؛ نتيجة لعدم الانتشار ، حيث لم يكن يطبع من الصحف سوى نسخ قليلة توزع في مدن الإصدار نفسها؛ نظراً لانخفاض مستوى التعليم، وقلة الوعي بأهمية الصحافة ودورها في المجتمع ، فلم تكن جريدة صوت الحجاز مثلاً توزع أكثر من « الألف نسخة والضعف بيعاً واشتراكاً وإهداء، كما أن الاشتراكات في أغلب الصحف لم تكن تدفع على الرغم من مناشدة الصحف للمشتركين بالمبادرة إلى دفع قيمة اشتراكاتهم.
- ضعف العائدات الإعلانية ؛ إذ لم تكن الإعلانات المنشورة في الصحف السعودية في عهد صحافة الأفراد تمثل مصدراً حقيقياً لدخل هذه الصحف ، حيث لم يكن ينشر في العدد سوى إعلانين أو ثلاثة..

ووضحت دراسة (الشامخ، ١٣٩٠ هـ ، ص٣١٦ ، ٣١٧) تأثير الأزمة الاقتصادية التي حدثت أثناء الحرب العالمية الثانية على الصحف السعودية، وخاصة أزمة الورق التي دفعت الصحف آنذاك إلى الإقلال من صفحاتها ، حتى تتناسب مع المخزون المتاح من الورق؛ حيث أنقصت صفحات جريدة أم القرى في ١٠/١٢/١٣٥٩هـ / ٩/١/١٩٤١م إلى أربع صفحات، بعد أن كانت تصدر في ثماني صفحات، وبعد ثمانية أشهر أصبحت أشبه بالنشرة الرسمية التي لا تحوي سوى الإعلانات الحكومية، إضافة إلى بعض الأخبار، وكان بيان حكومي قد صدر في ٢٤/٦/١٣٦٠هـ / ١٨/٧/١٩٤١م قضى بإيقاف جميع الصحف بسبب نقص كميات الورق الموجودة في هذه البلاد ، وقررت الحكومة إيقاف صدور الصحف والمجلات واستثنى من ذلك جريدة أم القرى.

وأشارت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) التي تتبعت تطور الخطاب الصحفي السعودي خلال ثلاثة عقود، أن التناقص الكبير في نسبة المادة الإخبارية جاء لصالح تنام تصاعدي للمادة الإعلانية في الصحافة السعودية ، فقد كان حضور الإعلان ضعيفاً بنسبة ٥٪ في العشرينيات إلى أن وصل إلى أكثر من ٥٠٪ في التسعينيات. وأظهرت الدراسة الحجم الكبير للمادة الإعلانية في الصحافة السعودية، واعتبرته مؤشراً قوياً على الحجم الكبير للسوق الاقتصادي في المملكة، والاعتماد الكبير لوسائل الإعلام المطبوعة على المورد الإعلاني.

جدول (٢)

زيادة نسبة الإعلانات في الصحافة السعودية خلال ثمانية عقود ١٩٢٥م - ١٩٩٥م

(القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م، ص١٢٦)

العقد	خبر	مقال	تقرير/ تحليل	إعلان	أخرى	المجموع
العشريني	٪٧٥	٪٥	٪٤	٪٥	٪١١	(٩٣) ٪١٠٠
الثلاثيني	٪٨١	٪٨	٪٠	٪٨	٪٣	(١١٢) ٪١٠٠
الأربعيني	٪٤٥	٪١٨	٪٣	٪٢٥	٪٦	(١٩٣) ٪١٠٠
الخمسيني	٪٣٨	٪١٨	٪٤	٪٢٨	٪١٥	(٧٦) ٪١٠٠
الستيني	٪٣٧	٪٢٠	٪٤	٪٣٥	٪٤	(٣٣٧) ٪١٠٠
السبعيني	٪٤٧	٪١١	٪٥	٪٣٥	٪٢	(٤٦٢) ٪١٠٠
الثمانيني	٪٤٦	٪١٢	٪٦	٪٣٣	٪٣	(٦١٩) ٪١٠٠
التسعيني	٪٣٤	٪٦	٪٧	٪٥٢	٪١	(٨٠٠) ٪١٠٠

واستهدفت دراسة (صابر،١٤١٠هـ / ١٩٩٠م) تقييم الهياكل المالية للمؤسسات الصحفية السعودية وأثرها على الرسالة الصحفية من خلال التعرف على المشكلات التي تواجه الصحافة السعودية مع التركيز على الهياكل المالية لها وتحديد أوجه النقص في مصادر الدخل وجوانب الضعف في تخصيص الموارد وترشيد الإنفاق، وتقييمٍ الوضع الراهن للصحافة السعودية وضمان الرقابة عليه بما يحقق عائداً مناسباً لدور الصحف يساعد على استمراريتها ويغطي نفقات الاستثمار في مبانيها، وتجديد آلاتها ومعداتها مع الاستعانة بالكفاءات القادرة على نشر رسالتها.

واختبرت الدراسة مجموعة من الفروض البحثية، أهمها : أن الوضع المالي للصحافة لا يتكافأ مع مستوى التقدم الاقتصادي الذي تعيشه المملكة فالمؤسسات الصحفية غير قادرة لقصور مواردها المالية على مجاراة ما تتطلبه المؤسسات الاقتصادية من خدمات إعلامية وإعلانية. وأن الموارد المالية المتاحة للمؤسسات الصحفية تتطلب

تخطيطاً سليماً للحصول على التمويل المالي القادر على مقابلة الأهداف وترجمتها إلى واقع ملموس.

وأوصت الدراسة بوضع المؤسسات الصحفية لخطة مالية متكاملة ، وتنمية الدخل بما يكفل تشجيع المساهمين على استثمار أموالهم في المؤسسات الصحفية، واختيار وتنميه القوى البشرية وفق برنامج زمني محدد يعتمد على: الدراسات لتحديد احتياجات المؤسسة الصحفية من القوى العاملة، وتحديد نسب المتفرغين، وغير المتفرغين، من كل فئة تعمل في هذا الحقل. وتوفير الكفاءات الفنية المتخصصة في الإخراج الصحفي والإعلاني لتدريب الكوادر الوطنية في هذا المجال، وتطبيق نظام اللامركزية في الإدارة على أن تحتفظ الإدارة العليا للمؤسسات بالقرارات الإستراتيجية مثل: استثمار أموال المؤسسة، وزيادة رأس المال.

وعن واقع الصحف السعودية أشارت دراسة (الشهري، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) إلى أن الصحافة نشاط تجاري يبحث عن الربح ويتفادى الخسارة، وطرفا المعادلة اللذان تنصب عليهما خطط تسويق الصحف هما القارئ ويتبعه المعلن. وأوضحت الدراسة أن مقروئية الصحف المحلية التي تصدر تحت قانون المطبوعات السعودي تأثرت في العقود الماضية بعوامل المنافسة الخارجية على سوق ضعيف أصلاً، وتأتي هذه المنافسة من إقبال شريحة مهمة من القراء والمعلنين على بعض المطبوعات العربيّة وبعض الإصدارات السعودية الدوليّة التي تتحرر من قيود قانون المطبوعات وتظهر بشكل أكثر جاذبية وإثارة لفضول القارئ المحلي في منافسة غير عادلة مع الصحف المحلية. وأشارت الدراسة إلى تراجع أرقام توزيع الصحف، ففي حين كان المتوسط اليومي للنسخ المباعة من الصحف السعوديّة المحلية مجتمعة، خلال عام ١٤٢٠-١٤٢١هـ، حوالي ٢٤٨,٦٠٠ نسخة يومياً ، تراجع هذا المتوسط خلال العام التالي ١٤٢١-١٤٢٢هـ إلى ٢٣٠,٣٠٠ نسخة يومياً . وعن سوق الإعلان في ذلك الوقت، أشارت الدراسة إلى أن إيرادات الصحف السعوديّة، مجتمعة تأثرت بمنافسة ومزاحمة الوسائل العربيّة (الخارجية) التي اقتطعت نسبة مهمة من حصتها من سوق الإعلان في المملكة، علاوة على تراجع نسبة النمو في الإنفاق الإعلاني في المملكة بشكل عام خلال عام ٢٠٠٢م، مقارنة بعام ٢٠٠١، حيث تراجعت السوق الإعلانية السعوديّة إلى المرتبة الأخيرة، من حيث حجم النمو، مقارنة مع بقية دول مجلس

التعاون لدول الخليج العربي، بنسبة بلغت ٤, ١٤٪ فقط، في حين تجاوزت نسبة النمو الإجمالي للسوق الإعلانية في هذه الدول ١, ٢٦٪

وأوصت الدراسة بتقويم تجربة النشر الالكتروني على الانترنت وإعادة رسم الأولويات وتحديد الأهداف خاصة أن المعلن ما يزال في حيرة وسط غموض سوق الانترنت وجدوى الإعلان عبر الصحف الالكترونية، ولعل هذا يتضح بحسب نتائج الدراسة من ورود «الهدف التجاري» أسفل قائمة دوافع الصحف السعودية لإطلاق مواقعها الالكترونية.

وسلطت دراسة (الطياش، ١٤٢٤هـ ٢٠٠٣م) الضوء على توجهات استثمار القطاع الخاص في الإعلام السعودي، من خلال دراسة حالة للمجموعة السعودية للأبحاث والتسويق لتحديد الأسباب التي دفعتها إلى هذا التوجه الاستثماري ولماذا سعت إلى تغيير نمط الملكية من شركة ذات مسؤولية محدودة إلى شركة مطروحة للاكتتاب العام؟

وتشير الدراسة إلى أن المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق بدأت وتطورت استجابة لكثير من الضغوط. فهي بدأت بالشركة السعودية للأبحاث والنشر عام (١٩٧٢) المالكة لحقوق نشر المطبوعات المختلفة وبعدة لغات وكانت صحيفة «عرب نيوز» التي تأسست عام ١٩٧٥م هي نواة تكوين المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق.. ونتيجة لضغوط لتحقيق أهدافها وربحيتها تم تكوين المجموعة عام ١٩٨٨م بحيث تم شراء شركة المدينة للطباعة بالكامل عام ١٩٩١م وتم توسعتها بشراء مطابع دار الأصفهاني عام ١٩٩٢م وبذلك أصبح لدى المجموعة ذراعها الطباعي في مراكز الطبع الرئيسية في كل من الرياض وجدة والدمام. كما تم تأسيس ذراع توزيعي لها هو الشركة السعودية للتوزيع عام ١٩٨٢، وتم تأسيس الشركة الخليجية كذراع إعلاني في عام ١٩٨٩ لم تلبث أن أصبحت هي مجموعة إعلانية قابضة تحت المجموعة باسم الشركة العربية للوسائل عام ١٩٩٩. ونظراً لانتشار المجموعة وشركاتها ومكاتبها حول العالم حاولت أن تتبنى هيكلاً تنظيمياً مبنياً على التكامل واللامركزية ووضوح وسهولة في اتخاذ القرارات.

وأشارت الدراسة إلى أن الهدف الأساسي من توسيع الملكية في أسهم الشركة هو فتح المجال لمشاركة أكبر عدد من المستثمرين وتعزيز ثقة المستثمرين الذين يستطيعون دعم هذا التوجه وتعزيز ثقة المستثمر المتوقع عند طرح الأسهم. وخلصت الدراسة إلى أن توجه المجموعة السعودية للأبحاث والنشر لطرح أسهمها للاكتتاب العام سيلقي بظلاله على صناعة الإعلام السعودي بشكل كبير. ذلك أن وجود عدد كبير من المستثمرين من القراء يؤدي إلى زيادة الولاء لمنتجات الشركة المساهم فيها، وبالتالي ستزيد الحصة الإعلانية في تلك المطبوعات التي تمتلك قاعدة كبيرة من القراء أو الجمهور الموالي.

وقدمت دراسة (البعيز، ١٤٢٤هـ ٢٠٠٣م) تصوراً لنموذج يصلح كإطار نظري لدراسة البنية التحتية **infrastructure** للإعلام، ويشتمل على ابرز المتغيرات التي تؤثر في أدائه، ويصور طبيعة العلاقات التفاعلية المتبادلة بين هذه المتغيرات. ولاختبار جدوى هذا النموذج ومدى صلاحيته ليكون منطلقا نظريا لدراسة وتقويم أداء الإعلام، أشارت الدراسة إلى بعض الأمثلة من واقع التجربة الإعلامية السعودية.

وأوضحت الدراسة أن المملكة العربية السعودية تمثل أهم وأكبر الأسواق الإعلامية في المنطقة العربية. لذلك تستهدف وسائل الإعلام بشكل أو بآخر المجتمع السعودي، حيث القوة الشرائية والنزعة الاستهلاكية المرتفعة نسبياً مقارنة ببقية البلدان العربية. وأسعار الإعلان يحددها وقت ذروة المشاهدة في المملكة، ولأن النسبة الكبرى من سكان المملكة تقع ضمن الشريحة العمرية التي تحرص وسائل الإعلام على استقطابها (بيعها على المعلنين)، لما لها من أهمية في اتخاذ قرار شراء السلع وطلب الخدمات المعلن عنها.

وأشارت الدراسة إلى أن المكتبة السعودية تفتقر إلى إحصاءات دقيقة يمكن الاعتماد عليها لمعرفة الاتجاهات الاستثمارية في السوق الإعلامية في المملكة، ولم يتجاوز عدد المؤسسات العاملة في السوق السعودية في مجال الإعلام. والتي تم التعرف عليها فعلياً والاتصال بها ٢١٤ مؤسسة، وأخذت مجالات الإعلان والطباعة والخدمات المرتبطة بهما اهتمام معظم المؤسسات الإعلامية في السوق السعودية (٦٥٪ و٥١٪ على التوالي)، وفي مجال الصحافة ٢٢ مؤسسة بنسبة ١٠٪ .

وتوضح الدراسة أن في المملكة العربية السعودية جملة من الأنظمة والقوانين واللوائح التنفيذية (السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية، نظام المؤسسات الصحفية ولائحته التنفيذية، نظام المطبوعات والنشر ولائحته التنفيذية، نظام حقوق حماية حقوق المؤلف) التي تنظم المؤسسات الإعلامية . وأن فهم البنية التحتية للصناعة الإعلامية في المملكة تتطلب دراسة نقدية تحليلية لهذه الأنظمة تقوم على الشفافية والموضوعية والمقارنة مع الدول الأخرى ذات الباع الأطول في تجربتها الإعلامية.

ومن الدراسات التي رصدت الإعلانات في الصحافة السعودية دراسة (المغامسي، ١٤٢٥هـ) التي أشارت إلى أن الإعلانات التجارية استحوذت على النسبة الكاملة أو الأكبر من المساحة التي احتلتها الموضوعات المرتبطة بالسياحة الخارجية، وهو ما فسرته الدراسة بعدم وجود سياسة أو توجه لدى القائمين على هذه الصحف نحو تشجيع السياحة الداخلية، وأن تلك الصحف ضعفت أمام سطوة الإعلان ، واستسلمت لإغراء المال المدفوع من المعلنين.

وأشارت دراسة (الشلهوب، ١٤٢٥هـ) إلى أن عدم ارتباط ما يقدم في الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية من مضامين اقتصادية بحاجات رجال الأعمال ، وأن ذلك سيجعل هذه الصفحات غير فاعلة أو غير مؤثرة. لذلك كما تؤكد الدراسة فإن على الصحف السعودية أن تدرك أن التغيرات الاتصالية اليوم أتاحت للقراء، على اختلاف فئاتهم، خيارات متعددة تجعلهم قادرين على اختيار الوسائل القادرة على تلبية تطلعاتهم وإشباع حاجاتهم.

وقدم (العربي، عثمان، بدون تاريخ) دراسة تاريخية مقارنة للإعلان في وسائل الإعلام السعودية المطبوعة والمرئية والمسموعة،وركزت الدراسة على الإنفاق على الإعلان في الوسائل الإعلامية السعودية المطبوعة والصحف والمجلات وذلك في سياق الإنفاق الإعلاني على مجمل وسائل الإعلام السعودية وذلك بحكم. وقد هدف الباحث من تحليله التاريخي المقارن لطبيعة الإنفاق الإعلاني إلى اكتشاف التوجهات التاريخية التي تميز كل وسيلة من الوسائل الإعلامية. وقام الباحث باختيار فرضيات نظرية البيئة الملائمة **Niche** في بيئة وسائل الإعلام السعودية. وقد توصلت الدراسة إلى انطباق فرضيات هذه النظرية في الإطار السعودي ولكن مع بعض التعديلات

عليها، وقد اشتملت هذه التعديلات على ثلاثة عناصر رئيسية هي: (١) تأثر الإعلانات بخصائص السلع كما يدركها المعلن. (٢) وتأثر الإعلانات بتصورات المعلن عن خصائص الوسيلة، (٣) وتأثر الإعلانات بنوع الشريحة الجماهيرية التي يود الدخول إليها عموماً إي إذا كان يستهدف شريحة جماهيرية محددة أو عموم الجماهير.

وناقشت دراسة (الأحمد، ١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧م) العلاقة بين الصحافة السعودية وأزمة سوق الأسهم أو الأسواق المالية في المملكة منذ فبراير عام ٢٠٠٦ وحتى فبراير من عام ٢٠٠٧ ، فبعد أن كان المؤشر ٢١٠٠٠ نقطة ، بدأ في الانخفاض التدريجي ليصل في يناير عام ٢٠٠٧ إلى حوالي ٦٠٠٠ نقطة ، أي أن المؤشر انخفض أكثر من ١٢٠٠٠ نقطة.

وأشارت الدراسة إلى أن هناك في المملكة سبعة ملايين مساهم يضارب في سوق الأسهم السعودية ويعتمد في قراراته على العديد من العوامل مثل مشورة الأصدقاء وتوجهات اكبر عدد من المضاربين في قاعة التداول والوسطاء والمراكز الاستشارية والمؤسسات المالية، وتستخدم هذه الأجهزة وسائل الإعلام المختلفة في الوصول إلى المضارب، وأوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام السعودية تفاعلت مع الارتفاع في سوق الأسهم كما تفاعلت مع الانخفاض ، وقد كان هذا التفاعل يعبر عنه في الصحافة المطبوعة أو في الإعلام المقروء بكل أنواع الفنون التحريرية الصحفية ، الخبر ، التقرير ، التحقيق، المقابلة وأخيراً المقال وبالذات المقال التحليلي.

وتم إجراء دراسة مسحية عن موقف الإعلام السعودي المطبوع من أزمة سوق الأسهم وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تزايد اهتمام الصحافة السعودية بشكل تدريجي بالاقتصاد الوطني وبالموضوعات الاقتصادية بشكل عام - بدأت الصحافة السعودية في تخصيص صفحة واحدة على الأقل للشأن الاقتصادي وتطورت إلى صفحتين وفي بعض الصحف ومع الطفرة غير المتوقعة في سوق الأسهم أصبح نصيب الشئون الاقتصادية أربع صفحات وأحيانا ملحق يتكون من ثمان صفحات بل من اثنتي عشر صفحة.

وأوضحت الدراسة أن التحليلات الاقتصادية وبالذات من رجال الاقتصاد ومن المتخصصين في الدراسات الاقتصادية من الأكاديميين تنال مساحات كبيرة وصلت أحيانا إلى أكثر من ٥٠٪ ، وأن هناك علاقة شبه طردية بين المساحة المخصصة للإعلان من شركة معينة وما يرد عنها من أخبار، وأن الصحافة تعتمد في مصادر المعلومات على الأخبار التي ترد من مكاتب العلاقات العامة في الشركات والبنوك ، أما الأخبار الخاصة بالمؤسسات الاقتصادية الحكومية فترد على شكل تصريحات لمسئولين حكوميين أومن خلال وكالة الإنباء السعودية.

وفي دراسة نقدية للاستثمارات الإعلامية للمؤسسات الخيرية السعودية، أكدت دراسة (الشهري،١٤٣١هـ / ٢٠٠٩) أن الاستثمار الخيري في المملكة لم يدخل في صناعة الإعلام.. وأن التجربة ما زالت ضعيفة ودراسات الجدوى تظهر قلة الجدوى. وكشفت الدراسة عن وجود صعوبات في الاستثمار في هذا المجال منها الضعف الإداري وقلة الطاقات المؤهلة ورصدت الدراسة بالتحليل التجارب الإعلامية الاستثمارية (امتلاك، إدارة، تشغيل) للمؤسسات والجمعيات الخيرية الكبرى في المملكة، في مجالي الاستثمار الإعلامي بنوعيه (التقليدي والجديد)، وافتقدت هذه التجارب لتقديم رؤية حول الاستثمار الخيري في صناعة الإعلام، والتداعيات المتوقعة لذلك على الواقع الاجتماعي والثقافي في المجتمع السعودي.

وبحسب الدراسة فإن التجارب الاستثمارية في صناعة الإعلام على المستوى العربي تشير إلى اتجاه معظم هذه الاستثمارات إلى تحصيل العوائد الربحية على حساب سلم الحاجات الاجتماعية والقيم والمبادئ الثقافية وهذه الوضعية أوجدت حاجة ملحة لظهور تجارب استثمارية خيرية في صناعة الإعلام تعمل عى تحقيق متطلبات صناعة إعلامية واتصالية متقدمة وتوفير كوادر بشرية مؤهلة لتوظيف الإعلام لقيم المجتمع وحاجاته الرئيسة.

تاسعاً: الصحافة السعودية المتخصصة:

اهتمت مجموعة من الدراسات برصد البدايات الأولى لظهور الصحافة المتخصصة في المملكة العربية السعودية والعوامل التي ساعدت في ذلك، وتحديد ملامح الصفحات المتخصصة مثل الصفحات الفنية أو الثقافية أو العلمية في الصحافة السعودية، وتسليط الضوء على صحافة المرأة والطفل، بالإضافة إلى صحافة متخصصة ركزت على الشؤون البرلمانية أو السياحية أو العسكرية، كما سيتضح.

فقد رصد دراسة (العسكر، ١٤١٩ هـ) مجموعة من الإسهامات الإيجابية لفترة دمج الصحف السعودية رغم أنها لم تستمر سوى خمس سنوات تقريباً (١٣٧٨هـ /١٣٨٣هـ)، ومن تلك الإسهامات: زيادة الإصدار الصحفية التي تنوعت اهتماماتها، ومناطق صدورها، وظهور العديد من الصحف المتخصصة في المجالات الرياضية، والاقتصادية، والعسكرية، إضافة إلى استمرار الاهتمام بالمجالات الثقافية، كما شهد عهد الدمج الاهتمام بالجوانب التربوية من خلال صدور مجلة (المعرفة)، إضافة إلى معرفة المملكة بصحافة الطفل من خلال صدور مجلة (الروضة) التي تعد أول صحيفة سعودية تتوجه إلى الأطفال، كما تزايد اهتمام الجهات الحكومية والأهلية بإصدار الصحف، حيث صدرت خلال هذا العهد إحدى عشرة صحيفة حكومية وأهلية، تمثل العديد من الوزارات والمصالح الحكومية، إضافة إلى الغرفتين التجاريتين في مكة المكرمة والرياض، مع استمرار أغلب هذه الصحف في الصدور إلى الآن، وإن تغيرت أسماؤها.

واستهدفت دراسة (قزاز، ١٤٢٢ هـ) دراسة طبيعة الوضع الراهن للنقد الفني في الصحافة السعودية، من خلال التعرف على تصنيفات الكتابات الفنية في الصحف السعودية، وتحديد مقالات النقد الفني، والتعرف على أهم نظريات النقد الفني، وأنواعه، وخطواته، ومفاهيمه المعاصرة، وبالتالي وضع معيار لتحليل عينة من مقالات النقد الفني المنشورة في الصحافة السعودية، للتعرف على التوجهات النقدية والطرق المعاصرة في النقد، التي يتبعها الكتاب عن الفنون التشكيلية في الصحافة السعودية.

وشملت الدراسة الكتابات الفنية التي نشرت عام ١٤٢٠هـ، لتمثل الوضع الراهن للنقد الفني في الحركة التشكيلية السعودية، وركزت الدراسة على مقالات النقد الفني المنشورة في الصحف اليومية المحلية الصادرة باللغة العربية في المملكة والتي تهتم بتخصيص صفحة فنية تشكيلية أسبوعية من صفحاتها أو حيز ضمن ملحقها الأسبوعي، وهذه الصحف هي : البلاد، الجزيرة، عكاظ، المدينة، واليوم . وأعطت الدراسة الإحصائية نتائج حول تكرار ونسبة التصنيفات المختلفة للمقالات الفنية في الصحافة السعودية. وكانت نسبة المقالة النقدية المنشورة في الصحف السعودية هي ١٢٪ من متوسط مجمل الكتابات الفنية، واعتبرتها الدراسة نسبة متوازنة مقارنة بالأنواع الأخرى من الكتابات الفنية.

وأشارت النتائج إلى اختلاف مستويات الكتاب في الصحافة المحلية السعودية، فهم يتراوحون بين الناقد والأكاديمي والفنان والصحفي والهاوي للكتابة عن الفن. وكانت ٤٠٪ من الكتابات النقدية في الصحافة المحلية السعودية (انطباعية) وناتجة عن آراء ذاتية. وكانت نسبة اتباع النقاد لطريقة النقد بواسطة القواعد وللطريقة السياقية بنسبة ٢٤٪ لكل منهما. وظهرت الطريقة الشكلية في النقد بنسبة ١٢٪ من خلال ما يندرج تحتها من أنواع النقد الفني. بينما لم تظهر الطرق النقدية الأخرى في كتابات النقاد في الصحافة السعودية.

وأوصت الدراسة المؤسسات الصحفية بإصدار الصفحات المتخصصة في الفنون التشكيلية بصورة مستمرة ومنتظمة، مع دعوة الكتاب المتخصصين والنقاد الأكاديميين للإسهام في الكتابة النقدية على هذه الصفحات. وأن يتم اختيار النقاد في الصحافة من خلال معايير مدروسة.

وسعت دراسة (الزهراني، ١٤٢٨هـ/ ٢٠٠٧م) إلى التعرف على مضمون الصفحات الثقافية في الصحافة السعودية اليومية ، سواء الصفحات الداخلية ضمن العدد اليومي أو الملاحق الثقافية المستقلة، واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون لعينة عشوائية من الصحف التالية : (البلاد، الجزيرة ، الرياض ، عكاظ ، المدينة ، الندوة ، الوطن ، اليوم) خلال السنتين ٢٠٠٤ م و ٢٠٠٥م ، وجاءت صحيفة الجزيرة كأكثر الصحف نشراً للمادة الثقافية بكل أشكالها، وكانت صحيفة الرياض أكثر

انفتاحاً على الثقافة الأجنبية، واحتلت المادة المحلية المرتبة الأولى ، وجاءت قضية (دعم المؤسسات الثقافية والفنية) في المرتبة الأولى من بين القضايا التي تناولتها الصحافة في سنتي الدراسة بنسبة ٣٠٪ تقريباً ، تليها (الدعوة للحرية الثقافية والفنية) . واحتلت (التوعية الثقافية) المرتبة الأولى من بين الأهداف التي سعت الصحافة لتحقيقها ، يليها هدف (الدعوة إلى تكريم المتميزين والموهوبين) وجاءت (معارضة أو تشجيع الحداثة) في المرتبة الأخيرة، وخلصت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن للصحافة السعودية مساهمة فاعلة في نشر الثقافة المحلية والعربية والأجنبية بكل الأشكال التحريرية والأجناس الأدبية والفنية.

وعن الإعلام العلمي في الصحافة السعودية، قدمت دراسة (القفاري، ١٤٣٠هـ/٢٠٠٩م) إستراتيجية لدعم الإعلام العلمي في الصحافة السعودية، من خلال دراسة وتحليل مضمون المادة الصحفية العلمية المنشورة في الصحف السعودية اليومية، وكذلك دراسة القائم بالاتصال (المحرر العلمي). وعرضت الدراسة الوضع الراهن للصحافة العلمية بالمملكة العربية السعودية، باعتبارها عنصرًا مهماً وفاعلاً في نشر الثقافة العلمية، وفي بناء مجتمع المعرفة وفي سياق نشاط كبير وهو الإعلام العلمي التنموي.

واقترحت الدراسة آلية بناء أقسام علمية في الصحافة السعودية، وسياسة التحرير العلمي الصحفي، وآليات التنفيذ (الأقسام العلمية في الصحف السعودية وتكامل مصادر المعلومات والتدريب والتطوير)، وأدوار الجهات ذات العلاقة، والمشروعات والبرامج اللازمة والضرورية لمواكبة الصحافة السعودية لإعلام علمي مستجيب لشروط التنمية.

واستعرضت ورقة (الدغفق، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) المقدمة في المنتدى السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، أهم عوامل تأخر ظهور الصحافة النسائية في المملكة العربية السعودية، ومنها :

أولا: تأخر ظهور التعليم، خاصة أن المرأة السعودية لم تبدأ تعليمها إلا بعد عام ١٣٨٠هـ ١٩٦٠م.

ثانياً: الظروف الاجتماعية بسبب الخلط في تلك الفترة بين العادات والتقاليد وبين مبادئ الدين الإسلامي الحنيف، فقد بدا واضحاً حرص الأسرة على عدم إعلان اسم الأنثى في الصحف وعدم تشجيعها على العمل الصحفي .

ثالثاً : الموقف السلبي لبعض المؤسسات ذات العلاقة مما يكتبه القلم النسائي، وخاصة المؤسسات الإعلامية التي لم تشجع الصحافية مادياً أو معنوياً.

وأشارت الورقة إلى أن هناك مجالات في الصحافة لم يخضها قلم المرأة السعودية مثل الرياضة و بعض مجالات الاقتصاد والتجارة والتسويق والدعاية والإعلان والشئون السياسة والتحليل السياسي وفن الكاريكاتير على اختلاف أنماطه، وغيرها من المجالات الاجتماعية الحساسة إلا فيما ندر .

واستعرضت دراسة (عاشور، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م) إرهاصات نشأة الصحافة النسائية في العالم العربي، وفي منطقة الخليج، وأشارت الدراسة إلى تلك البداية كانت تعبيراً عن آمال المرأة ومساعيها للمطالبة بحقوقها التي هضمتها بعض التقاليد الاجتماعية التي كانت بعيدة عن الشريعة الإسلامية، وإن كانت تحمل رؤى مختلفة حول مشروع النهوض بالمرأة سواء بالعودة إلى تعاليم الإسلام أو بالمشروع التغريبي.

وعن الصحافة النسائية الخليجية، أشارت الدراسة أن الكويت كانت أول دولة خليجية عرفت الصحافة النسائية، فقد صدرت أول مجلة نسائية "أسرتي" عام (١٣٨٤هـ/١٩٦٥م)، وفي المملكة العربية السعودية ساهم السعوديون في إصدار عدد من المجلات النسائية داخل المملكة وخارجها، منها: مجلة "الضياء" التي صدرت عام (١٣٩٧هـ/ ١٩٧٧م)، ومجلة "الأمل" وتصدر سنويا عن معهد التربية الفكرية للبنات بالرياض، وصدرت في (١٣٩٩هـ/١٩٧٩م)، ومجلة "الشرقية" وتصدر خارج المملكة، وصدر العدد الأول منها في (يناير ١٩٧٤م)، ومجلة "عالم حواء" وصدر عددها الأول في (مايو ١٩٩١م)، ومجلة "سيدتي" وصدر عددها الأول في (١١ من مارس ١٩٨١م)، ومجلة "هـي" وصدر عددها الأول في (أغسطس ١٩٩٢م)، ومجلة "الجميلة" وصدرت في (أكتوبر ١٩٩٤م)، والمجلات الثلاث الأخيرة تصدر عن الشركة السعودية للأبحاث والتسويق والنشر، ومقرها لندن.

وعن صحافة الطفل في السعودية أشارت دراسة (الخميسي) أن الشاعر "طاهر الزمخشري أصدر عام ١٣٧٩هـ مجلة (الروضة) وهي أول مجلة تصدر للأطفال في المملكة وصدر منها ٢٧ عدداً في سبعة أشهر وتوقفت في نفس العام ثم صدر في ١٩٧٧/٤/٢٠م مجلة (حسن) التي تخاطب الأطفال من سن السادسة حتى سن الخامسة عشرة، ثم تتالى صدور غيرها من المجلات مثل (باسم، الشبل، الرواد، سنان، فراس)، وأشارت الدراسة أن بعض المجلات الشهيرة والصحف اليومية خصصت صفحات للأطفال ففي المجلة العربية السعودية الشهيرة (الأذكياء الصغار) ، وخصصت مجلة "اليمامة" السعودية صفحتين للأطفال ابتداءً من عددها رقم /٤٦٤/ باسم أطفال اليمامة. وصدرت مجلة (سنان) التي أنشأها الدكتور مالك الأحمد عام ١٤١٧هـ ، بينما خاطبت مجلة (الرواد) شريحة واسعة من الأطفال (من ٥ إلى ١٤سنة) .

ورصدت دراسة (البدر، ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م) الإعلام البرلماني من خلال تجربة مجلس الشورى بالمملكة العربية السعودية، وأشارت إلى أن المجلس يصدر مجلة شهرية "الشورى" ، تحتوي على أخبار المجلس ، وتحليلات لبعض أعماله، ويتم طباعة (٥٠٠٠) نسخة ، توزع على مختلف الأجهزة الحكومية ، والمجالس البرلمانية ، وضيوف المجلس ، ومن يطلبها من المواطنين .

وأشارت الدراسة أنه من واقع تلك التجربة فقد بدأ المجلس في التدرج حيال علاقته مع وسائل الإعلام حيث كان نشاطه الإعلامي أكثر تحفظاً في بداية عمله أي منذ إعادة تشكيلة في عام ١٤١٤هـ (١٩٩٣م). ثم تطور الأمر حتى صارت العلاقة بين الإعلام ومجلس الشورى السعودي علاقة متوازنة في تعاطيها الإعلامي، دون إسراف أو تقتير.

وأوضحت الدراسة أن الصحافة السعودية تسهم في الإعلام البرلماني من خلال نشر مقالات حول الشورى، تغطي مختلف الجوانب ومناقشتها، وإجراء تحقيقات موسعة ومناقشة مواضيع المجلس في التقارير الصحفية والمقالات وأعمدة الرأي، وتخصيص مساحات أسبوعية في الصحافة لملخص مداولات المجلس، والمتابعة الصحفية المناسبة لفعاليات المجلس الداخلية ، والخارجية، ومتابعة رسائل وكالة

الأنباء السعودية، ونشراتها لأخبار المجلس، وتوزيعها، كما أن بعض الجرائد اليومية السعودية تقدم صفحات أسبوعية لتغطية نشاطات المجلس ، مثل الجزيرة ، وعكاظ ، والمدينة

وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام البرلماني الهادف يتحقق بعيداً عن النسق الدعائي الذي يبرز الإيجابيات، ويخفي السلبيات. وأوصت بأهمية إدراك أن الإعلام البرلماني يلعب دوراً محورياً في تثقيف المواطن، ويسهم في بلورة الخيارات، والتوجهات التي يطمح المواطن إلى أن تتحقق من خلال المجالس البرلمانية،

واستعرضت دراسة (المغامسي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٥م) واقع الإعلام السياحي الصحفي في المملكة العربية السعودية ، وصنفته في الفئات التالية:

١. مجلات وجرائد سياحية متخصصة: مثل مجلة (المسافر) التي تصدرها مجموعة الطيار للسفر والسياحة، والمجلة مسجلة في المملكة المتحدة، ومكتبها الرئيس في الرياض، ومجلة (سوّاح) التي تصدر عن دار (عالم الإعلام) وهي مسجلة في قبرص، ومكتبها الرئيس في الرياض، وتهتم بسياحة التسوق، وجريدة (السياحة والبيئة) التي تصدر عن مجموعة خزامي، وتركز على السياحة الداخلية.

٢. ملفات سياحية متخصصة: مثل ملف (الطيران والسياحة) الصادر عن إدارة العلاقات العامة بشركة تهامة للإعلان والعلاقات العامة والتسويق.

٣. إصدارات سياحية خاصة: وهي الأعداد الخاصة التي تصدرها الصحف والمجلات، ومثال ذلك ما أصدرته صحيفة عكاظ في صيف ١٤٢١هـ على شكل مجلة ملونة بعنوان (نزهة) ركز على المهرجانات السياحية المقامة في عدد من مدن المملكة آنذاك.

٤. ملاحق سياحية خاصة: مثل الملحق الذي أصدرته صحيفة (اليوم) عن دورة الصداقة الدولية الرابعة، التي أقيمت ضمن فعاليات البرامج السياحية لمنطقة عسير خلال صيف ١٤٢١هـ، وملحق (السفر والسياحة) الذي وزعته مجلة (تجارة رياض) مع عددها الصادر في صفر ١٤٢٠هـ.

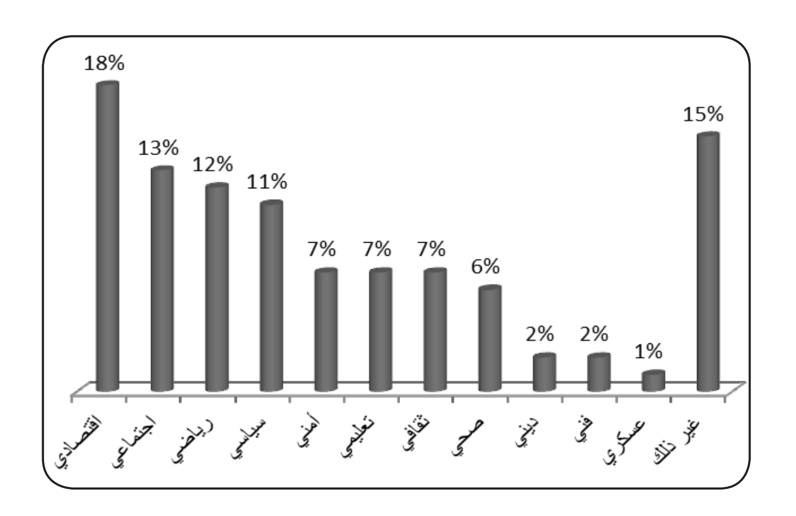
٥. صفحات سياحية متخصصة: وهي الصفحات التي تخصصها الصحف والمجلات العامة للموضوعات السياحية خلال فترة الصيف والمواسم السياحية.

٦. موضوعات سياحية في صفحات عامة.

٧. نشرات سياحية خاصة.

وسعت دراسة (الجبرين، ١٤٢٩هـ) إلى التعرف على خصائص المجلات العسكرية السعودية من خلال تحليل مضمون ١٢٠عدداً بطريقة العينة العشوائية المنتظمة من ثلاث مجلات عسكرية، وهي مجلة (الدفاع) من وزارة الدفاع والطيران، ومجلة (الأمن) من وزارة الداخلية، ومجلة (الحرس الوطني) من رئاسة الحرس الوطني، خلال الفترة الزمنية (من بداية ١٤٠٦هـ إلى نهاية ١٤٢٥ هـ).

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المجلات العسكرية السعودية خصصت ما يقارب النصف من مادتها التحريرية للموضوعات العسكرية، وأنها تعتمد على نشر المقالات بالدرجة الأولى بنسبة ٤٢,٢٪، وتتأثر مادتها بالمؤسسة أو الجهة التي تصدر عنها..



عاشراً: الدراسات المقارنة بين الصحافة السعودية وغير السعودية :

تنوعت الدراسات التي قارنت بين الصحف السعودية وغيرها من الصحف الخليجية والعربية والدولية، من دراسات قارنت بين ظروف وملابسات النشأة والتطور، إلى دراسات أوضحت طبيعة القيم الإخبارية السائدة في الصحافة السعودية وغير السعودية، إلى دراسات رصدت طبيعة المعالجة الصحفية لقضايا محددة في الصحافة السعودية وغير السعودية، إلى دراسات قدمت توقعات عن تطور أرقام توزيع الصحف وحجم الإعلانات في السوق السعودية والمنطقة المجاورة في السنوات القليلة القادمة.

فقد أشارت دراسة (عوض الله ، ١٩٨٨م) أن الصحافة في المملكة بدأت كصحف أدبية في الربع الأول من القرن العشرين الميلادي، وخاصة في مرحلة الصحافة التي كان يصدرها الأفراد، وأنه بينما نشأت الصحف في الدول العربية لأهداف سياسية واجتماعية وأدبية، فإن الصحافة السعودية نشأت في البداية لهدف أدبي خالص.

وقارنت دراسة (الشريف، ١٩٩٦) بين تغطية الصحف الخليجية للأخبار العربية، وأوضحت أن صحيفة الاتحاد الإماراتية كانت أكثر الصحف الخليجية اهتماما بنشر الأخبار العربية سواء من حيث العدد أو المساحة، تلتها في ذلك صحيفة القبس الكويتية فصحيفة أخبار الخليج البحرينية، وكانت صحيفة عمان أقل الصحف من حيث الاهتمام بنشر الأخبار العربية .... أما من حيث الصور الإخبارية المصاحبة للأخبار العربية فقد كانت صحيفة (الرياض) السعودية أكثر الصحف اهتماماً بنشر هذه الصور تلتها صحيفة الراية القطرية ، فصحيفة القبس ، وكانت صحيفة عمان أقل الصحف اهتماما بهذا الجانب.

وكانت صحيفة القبس الكويتية أكثر الصحف اعتماداً على مصادر الأنباء الغربية ، تلتها صحيفة أخبار الخليج ، وجاءت مصادر الأنباء العربية في المرتبة الثانية كمصادر للأخبار العربية ، حيث نشر عنها ٢٨,٤٥٪ من جملة تلك الأخبار ، وكانت صحيفة الاتحاد أكثر الصحف اعتماداً على مصادر الأنباء العربية ، تلتها صحيفة (الرياض) في حين كانت صحيفتا القبس ، أخبار الخليج أقل الصحف اعتمادا على مصادر الأنباء العربية .

واعتمدت دراسة (عوض الله، ١٤١٧ هـ / ١٩٩٧ م) على قراءة تحليلية لعشرة أعداد متوالية من صحيفتي (عكاظ) السعودية ، و (الأهرام) المصرية خلال شهر (إبريل ١٩٩٧م – ذو الحجة ١٤١٧هـ) لتحليل الرؤيا العربية للدور الأمريكي في قضية السلام العربي الإسرائيلي، في وقت تصاعد أزمة بناء المستوطنات الإسرائيلية في الأرضي الفلسطينية.

وخلصت الدراسة إلى أن الصحيفتين كانتا تسيران في اتجاه متكامل لا تعارض بينهما، من حيث الحرص على السلام والمشاركة الإيجابية للولايات المتحدة فيه، مع نقد الدور الأمريكي في بعض الأحيان، أو في تكامل التقنيات المنهجية المعبرة عن هذه القضية من حيث ممارسة أشكال الاتصال الإعلامي الصحفي المتعددة (الأخبار، الصور والرسم الكاريكاتيري – الاستطلاع – الحوار – المقال التحليلي)، فكان هناك اتفاق في الرؤية حول الموضوع، واختلاف تكاملي في الأنماط المعبرة عن الرسالة الصحفية، والأسلوب المباشر الذي مارسته (عكاظ) بوضوح ، مقابل خطاب نقدي ساخر موجّه في (الأهرام) ..

وأشارت الدراسة إلى أن الصحيفتين كلتيهما بقدر ما تعبران عن الرأي الرسمي السياسي في الالتزام بقضية السلام والحرص على الدور الأمريكي، لا تقدمان ذلك برؤية أحادية وإنما تطرحان مجموعة من الرؤى التي تتكامل لتشكيل صورة واضحة عن الرأي العام العربي الذي لا يعفي الدور الإيجابي للولايات المتحدة من السلبيات..

واستهدفت دراسة (المهنا، ١٩٩٩م) تحديد طبيعة القيم الإخبارية في الصحافة العربية، من خلال تحليل ٥٢ عدداً من كل صحيفة من صحف (الرياض والشرق الأوسط السعوديتين، والأهرام المصرية) خلال العام ١٩٩٧م ، بواقع عدد واحد من كل أسبوع لكل صحيفة بطريقة الأسبوع الصناعي لمدة عام.

وأشارت نتائج الدراسة إلى زيادة نسبة قيم (الصفوة ، والشهرة ، والاهتمام الإنساني، والغرابة والطرافة، والأمن النفسي والسياسي ، والسلبية) في صحيفة الشرق الأوسط، بينما تزيد قيم (التنافس ، والمصلحة الوطنية، والمسئولية

الاجتماعية، والمصلحة القومية العربية، والالتزام بالشرعية الإسلامية، والولاء للنظام) في صحيفة الرياض، مقابل زيادة ملحوظة لقيمة (المصلحة الحزبية) في صحيفة الأهرام المصرية، وفسرت الدراسة النتيجة الأخيرة بوجود نظام للتعددية الحزبية في مصر انعكس على الأداء الصحفي.

وقامت دراسة (الخشرمي، ١٤٢٨/٢٠٠٧) بتحليل محتوى الموضوعات المرتبطة بذوي الاحتياجات الخاصة بشكل عام في الصحافة العربية وعلى وجه الخصوص ما يتعلق بمناسبة اليوم العالمي للمعاق (٣ ديسمبر ٢٠٠٦م) ، ومدى اهتمام الصحافة السعودية والخليجية والعربية بإبراز هذه المناسبة ، من خلال تحليل ١٥ صحيفة عربية، تمثلت في ٤ صحف سعودية من المناطق الرئيسة في المملكة العربية السعودية وهي (الجزيرة- عكاظ- الوطن – اليوم)، و ٥ صحف خليجية من باقي دول مجلس التعاون الخليجي وهي (الاتحاد الإماراتية، والأيام البحرينية، والقبس الكويتية، وعمان العمانية، والراية القطرية) و٦ صحف عربية من دول الشام وأفريقيا، وصحيفتين عربيتين تصدران من لندن، وذلك على مدى أسبوع كامل ابتداء من يوم يسبق مناسبة اليوم العالمي وحتى نهاية الأسبوع.

وأشارت نتائج الدراسة إلى ضعف الاهتمام بشكل عام بقضايا الإعاقة في مجمل الدول العربية وكانت صحيفة الأيام البحرينية الأكثر تغطية لأخبار الإعاقة مقارنة بالصحف العربية الأخرى (١٥٪) تليها صحيفة الجزيرة السعودية (١٣,٨٪)، ثم تأتي صحيفة الوطن السعودية أيضا ضمن الصحف المتقدمة (١١,٣٪) تليها القبس الكويتية بنسبة (١١٪)، ثم صحيفة عكاظ السعودية (١٠٪) ثم الحياة الدولية (٨,٨٪).

واستهدفت دراسة (الكلباني، ٢٠٠٧م) رصد وتوصيف الملامح العامة التحريرية والإخراجية للمجلات العسكرية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وشملت الدراسة مجلات (جند عمان) العمانية، و (الحرس الوطني) السعودية، و (درع الوطن) الإماراتية، و (حماة الوطن) الكويتية، و (القوة) البحرينية.

وأشارت النتائج إلى أن المجلات العسكرية الخليجية اهتمت بالأنشطة والقضايا العسكرية بنسبة ٤٤,٨٪ ، وجاءت مجلة (الحرس الوطني) السعودية في المرتبة الرابعة اهتماماً بتلك الموضوعات، أما الموضوعات الثقافية فقد شغلت ١٣,٣٪ من مواد تلك المجلات، وكانت مجلة (الحرس) الوطني السعودية من أكثر المجلات العسكرية الخليجية اهتماماً بالموضوعات الثقافية، وكذلك الموضوعات السياسية.

واهتمت مجلة (الحرس الوطني) أكثر من غيرها من المجلات الخليجية بالمقالات التحليلية بنسبة ٤٩,٤٪، وكانت من أكثر المجلات اعتماداً على الكتّاب من خارج المجلة. وجاءت مجلة الحرس في المرتبة الرابعة في الاهتمام بالقضايا المحلية، وفي المرتبة الثانية في الاهتمام بالصور بين المجلات العسكرية الخليجية عينة الدراسة.

وفي دراسة مقارنة أعدها نادي دبي للصحافة وشركة (برايس ووترهاوس كوبرز) لخدمات التدقيق المالي والخدمات الضريبية والاستشارات المختلفة، (عام ٢٠٠٩) أشارت إلى توقعات بارتفاع أرقام (التوزيع والإعلانات في الصحافة السعودية مقارنة بدول الجوار) حتى عام ٢٠١٢. وشملت الدراسة أسواق الإعلام العربي في اثنتي عشرة دولة عربية من المحيط إلى الخليج العربي، وهي: المملكة العربية السعودية، والبحرين، ومصر، والأردن، والكويت، ولبنان، والمغرب، وسلطنة عُمان، وقطر، وتونس، ودولة الإمارات العربية المتحدة واليمن. واستعرض التطورات المتعلقة بالمطبوعات ومحطات البث التلفزيوني العربية، في كل المنطقة أو أجزاء منها. وقدمت الدراسة بتحليل الخصائص والقوى المحركة للسوق الإعلامية على مستوى المنطقة. وركزت بشكل خاص على العوامل المؤدية بشكل مباشر إلى تحقيق الإيرادات والأرباح لهذا القطاع. وقدمت تقديرات توضيحية لأرقام التوزيع والإيرادات الإعلانية المستقبلية في تلك الدول.

وعن منهج البحث قامت الدراسة بتفصيل توقعات تقديرية لكل من الدول الاثنتي عشرة بالإضافة إلى فئة المؤسسات الإعلامية الإقليمية التي تغطي العالم العربي. وقد غطت هذه العملية حركة توزيع الصحف وإنفاق السوق الإعلانية في كل دولة وتفصيل الدخل الإعلاني بين الفئات الإعلامية الرئيسية وهي التلفزيون والصحف اليومية والمجلات والإذاعة والإعلام الخارجي بما فيه السينما والإنترنت. وتم تطوير

توقعات توزيع الصحف اليومية لكل دولة، بناء على بيانات التوزيع المدرجة والمؤرخة لعام ٢٠٠٧ واعتبارات نضوج الإعلام المطبوع ومستوى التعليم ومنافسة الوسائط الإعلامية الأخرى وخصوصاً التلفزيون. وتم بعدئذ تطوير توقعات السوق الإعلانية لكل دولة استناداً إلى افتراضات خاصة بالعلاقة بين نمو إجمالي الناتج المحلي ونمو الإنفاق الإعلاني في كل سوق على حدة. كما تم استقاء تلك الافتراضات من اعتبارات البيئة الراهنة للاقتصاد الكلي ومدى نضوج كل سوق والتطور المحتمل لقطاعات السوق الاستهلاكية الجماهيرية والتي يرجح أن تحفز النمو الإعلاني.

واعتمدت الدراسة على إجراء مقابلات متعمقة مع مسئولي وكالات الإعلام والمعلنين ومالكي الوسائل الإعلامية، بهدف توفير صورة أكثر واقعية لحجم السوق والدخل من وجهة نظر مالكي تلك الوسائط.

وأشارت الدراسة إلى أن هناك ثلاثة دول فقط هي المغرب وعمان والإمارات العربية المتحدة لديها صحف يومية يخضع توزيعها للتدقيق من قبل شركات تدقيق معتمدة للتوزيع. وقد شهد عام ٢٠٠٨ إعلان صحيفة سعودية هي (الجزيرة) عن نيتها الاستفادة من خدمات شركة تدقيق عالمية هي بي بيه إيه وورلدوايد **BPA Worldwide** لتدقيق توزيع الصحيفة، ما يجعلها أول صحيفة في البلاد تخضع لتدقيق التوزيع. (وقد أصبحت صحيفة الجزيرة بالفعل فيما بعد عضواً في المنظمة العالمية للتحقق من الانتشار والتوزيع **BPA**)

وأشارت نتائج الدراسة إلى توزيع الصحف التاريخي والتوضيحي المرتقب ضمن الدول الاثنتي عشرة وكانت أعلى نسبة نمو محتملة هي في مصر، والبحرين، وقطر، إذ يتوقع أن يكون معدل النمو التراكمي السنوي ٤٪، ٢,٦ ٪ و ٢,٦ ٪ على التوالي خلال فترة التوقعات، مقابل ١,٧٪ نمو تراكمي محتمل لتوزيع الصحافة السعودية خلال الفترة من ٢٠٠٨ إلى ٢٠١٢م.

وعن الاتجاهات المستقبلية المحتملة في تخصيص الإنفاق الإعلاني على وسائل الإعلام المختلفة، وجدت الدراسة أن نموذج توزيع الإنفاق يختلف بشكل كبير بين مختلف دول المنطقة، بحيث أن الصحف هي الوسيلة الإعلانية المهيمنة في ثمان دول وهي البحرين، ومصر، والأردن، والكويت، وعمان، وقطر، والمملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، في حين أن أسواقاً أخرى مثل المغرب وتونس يسود فيها التلفزيون كوسيلة إعلانية.

وتوقعت الدراسة كما يوضح الجدول رقم (٣) إجمالي أن إيرادات الإعلان سيزداد في الصحف السعودية بمعدل نمو تراكمي سنوي يبلغ ١٦٪ بين العامين ٢٠٠٧ و ٢٠١٢، وكانت الصحف الإماراتية والسعودية هي الأكثر حصولاً على الإيرادات الإعلانية في السنوات القليلة الماضية وفي توقعات السنوات القليلة المقبلة.

وأشارت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف والمجلات) تعتبر الوسيلة الإعلانية الأكثر استحواذاً على السوق المحلي ، حيث تستحوذ الصحف السعودية ٧٨٪ من الإنفاق الإعلاني.

أما على المستوى الإقليمي فقد أشارت النتائج أن القنوات الفضائية العربية تستحوذ على معظم الإنفاق الإعلاني الإقليمي على مستوى العالم العربي بنسبة ٨٨٪من إجمالي الإنفاق لوسائل الإعلام، ومقابل ٥٥٠ مليون دولار للإنفاق الإعلاني التليفزيوني الفضائي العربي عام ٢٠٠٦م توقعت الدراسة أن يصل إلى ١٢٤٢ مليون دولار عام ٢٠١٢م .

جدول رقم (٣)

توقعات توضيحية لإيرادات الإعلان الإجمالية في صحف بعض الدول العربية خلال الفترة ٢٠٠٦م – ٢٠١٢م (بملايين الدولارات)

العام الصحف	٢٠٠٦	٢٠٠٧	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	معدل النمو التراكمي السنوي ٠٧-١٢
الصحف الإماراتية	٥٥٣	٦٥٠	٩١٣	٩٧١	١٠٨٥	١٢١٨	١٣٦٦	١٦٪
الصحف السعودية	٥٠٤	٥٥٠	٧٦٣	٨٠٨	٩٠٥	١٠٢٥	١١٥٨	١٦٪
الصحف الكويتية	٢٣١	٢٦٧	٣٨٥	٣٨٨	٤١٦	٤٥٠	٤٨٩	١٣٪
الصحف المصرية	١٩٩	٢٣٦	٢٩٠	٣٦٤	٤٢٠	٤٦١	٥١٠	١٧٪
الصحف القطرية	١١٢	١٤٥	٢٢٨	٢٧٢	٣٤٣	٣٨١	٤١٧	٢٣٪
الصحف الأردنية	٦١	٦٨	٨٢	٩١	١٠٢	١١٣	١٢٤	١٣٪
الصحف العمانية	٥٠	٥٨	٨١	٨٥	٩٣	١٠١	١٠٩	١٤٪
الصحف البحرينية	٤٥	٤٩	٥٦	٥٨	٦٣	٦٦	٧٠	٨٪
الصحف اللبنانية	٢٨	٢٩	٣١	٣١	٣١	٣٢	٣٢	٢٪
الصحف المغربية	٢٢	٢٣	٢٥	٢٤	٢٣	٢٤	٢٦	٢٪
الصحف التونسية	٢,٦	٣,١	٣,٩	٤,٢	٤,٧	٥,٣	٥,٩	١٤٪
الصحف اليمنية	٠,١	٠,٢	٠,٣	٠,٤	٠,٦	٠,٨	١,٢	٤٢٪

المصدر: تحليل برايس ووترهاوس كوبرز ، ملاحظة: تم الحصول على بيانات هذا الجدول من الجداول (٩-٢ إلى ٢٠-٢) ص٥٩- ٧٢ في: (نظرة على الإعلام العربي ، ٢٠٠٩) .

منهج الدراسة

وظفت هذه الدراسة المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وذلك وفق إجراءات وأسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية.. ويعد التحليل الكمي من ابرز سمات تحليل المضمون حيث يتيح هذا المنهج للباحث استخدام الطرق والأساليب الإحصائية التي تهيئ وجود تبويب وتصنيف للفئات وجدولة للوحدات وقياسها والتعبير عن نتائجها بقيم عددية، تهدف إلى التحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز. وقد عرف برلسون (**Berelson**) تحليل المضمون على انه " أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر في العملية الاتصالية والإعلامية". ومن خلال هذا التعريف يمكن اشتقاق عدة عناصر يعتمد عليها هذا الأسلوب المنهجي ، وحددها ستمبل , (**Stempel, 1982**) في الأسس التالية:

١. الموضوعية :ويقصد بها التجرد من الدوافع الذاتية للباحث ، بحيث يمكن إعادة تطبيق الدراسة مرات أخرى من قبل باحثين آخرين وتصل إلى نفس النتائج .

٢. التنظيم :ويشمل التطبيق الكامل لعدد من الخطوات العلمية المنهجية الدقيقة ، وتحديد فئات الدراسة ، بحيث يمكن أن يندرج تحتها كل أصناف المادة المطلوب تحليلها.

٣. الاستخدام الكمي :ويقصد به تسجيل التكرار أو القيمة الرقمية لحدوث أي نوع من تصنيفات المحتوى.

٤. المحتوى الظاهر :ويعني بذلك أن أسلوب تحليل المضمون يعتمد على تحليل المعنى الظاهر في المحتوى الإعلامي دون الالتفات إلى معاني كامنة وغير ظاهرة في الرسالة الإعلامية (ص ١٢٠-١٢١).

اختيار الصحف:

تم اختيار ست صحف رئيسة من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً، وهي صحف الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة. ولم تدرج صحيفتا البلاد والندوة ضمن عينة الصحف في هذه الدراسة لظروف فنية. كما أن الصحف السعودية ذات التراخيص الدولية مثل الشرق الأوسط والحياه لم تدرج كذلك ضمن العينة الحالية للدراسة ويمكن أن تدرج مستقبلاً بهدف المقارنات العلمية.

عملت هذه الدراسة على تحليل جميع محتويات هذه الصحف بشقيها التحريري والاعلاني نظراً لشمهولية أهداف الدراسة للتعرف على السمات التحريرية والإعلانية للصحافة السعودية.

العينة الزمنية:

تم اختيار عينة لكل صحيفة بواقع اثنى عشر عدداً من عام ٢٠٠٧م، وهو عام انطلاق مشروع الدراسة الدورية عن الصحافة السعودية. وفي دراسة لستمبل (**Stempl, 1952**) قام فيها باجراء تحليل مضمون لعينات مختلفة من صحف أمريكية (١٢ عدداً، ٢٤ عدداً، ٣٦ عدداً، ٤٨ عدداً).

ووجد أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة احصائية بين هذه العينات الزمنية المختلفة، مما أوصى باختيار العينات ذات الاعداد الأقل توفيراً لجهد الباحث وخفضاً للتكلفة المادية التي تطلبها البحوث العلمية.

وقد تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة في سحب عينة الدراسة لكل صحيفة بحيث تم تقسيم الشهر إلى أربعة أسابيع، وتم عشوائياً اختيار اليوم (أحد أيام الأسبوع) والأسابيع (أحد الأربعة أسابيع) من الشهر الأول يناير. وتم بشكل منتظم اختيار اليوم التالي والأسبوع التالي من الشهر الثاني، وهكذا.

فئات التحليل :

اعتمدت هذه الدراسة المادة الصحافية كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالا، أو خبرا، أو تقريرا، أو تحقيقا، أو كاريكاتيرا أو إعلاناً. ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة ، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.وتم وضع استمارة تحليل المتغيرات في ملاحق هذه الدراسة.

ثبات التحليل:

تم التأكد من ثبات التحليل في هذه الدراسة من خلال تدريب أربعة من الباحثين المساعدين (المحللين **coder**) من أصحاب الخبرة الصحافية. وتم اختيار عينة عشوائية من المادة الصحافية بغرض مقارنتها بين الباحثين. وباستخدام معادلة اقترحها هولستى (**Holsti**) لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون أفضت هذه المعادلة إلى نسبة توافق وصلت إلى (٨٩٪) مما يعنى درجة عالية من التوافق في التحليل والثبات في النتائج.

نتائج الدراسة

أولاً: التحليل العام للصحف السعودية (عينة الدراسة)

يتضح من بيانات جدول رقم (٤) حول توزيع المادة الصحافية أن الأخبار جاءت في المرتبة الأولى مقارنة بالمواد الصحافية الأخرى المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) وبنسبة بلغت ٦٣٪وتبدو هذه النتيجة متوقعة ، باعتبار أن الصحف التي شملها التحليل، هي صحف يومية ، تتجه في العادة إلى تقديم الخدمة الإخبارية أكثرمن مواد الرأي التي تسجل حضوراً أكبر في الصحف والمجلات الأسبوعية.

وجاء الإعلان في المرتبة الثانية بنسبة ٢١٪ وهي نسبة لاتختلف كثيراً عن تلك النسبة التي رصدتها بعض الدراسات التي ذهبت إلى أن الحد الأدنى من مجموع الإعلانات بالمطبوعة لا يقل عن ٢٥٪ من مساحة صفحاتها لتتمكن من تغطية نفقاتها. (مدكور، ٢٠٠٠م، ص٩٠)

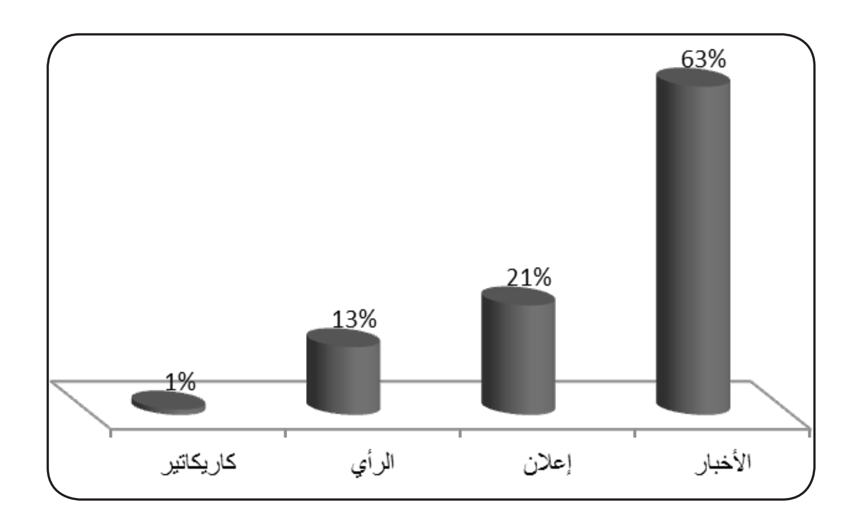
جدول رقم (٤)

توزيع المادة الصحافية حسب شكل المادة

شكل المادة	العدد	النسبة المئوية
الأخبار	٩٥٠٢	٪٦٣
إعلان	٣٢١٦	٪٢١
الرأي	١٩٤٢	٪١٣
كاريكاتير	١٩٩	٪١
غيرذلك	٢٢١	٪١
المجموع	١٥٠٨٠	٪١٠٠

شكل رقم (١)

توزيع المادة الصحافية حسب شكل المادة



وتوضح بيانات الجدول رقم (٥) أن الموضوعات الاقتصادية تصدرت اهتمامات الصحف السعودية - عينة البحث - بنسبة (١٨٪)، وتتفق هذه النتيجة مع مؤشرات دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) التي غطت قرابة خمسة وسبعين عاماً، وأكدت أن الموضوعات الاقتصادية تصدرت بقية الموضوعات في اهتمامات الصحافة السعودية، وأن الخطاب التنموي قد سيطر على مجريات الخطاب الإعلامي السعودية في الثلاثة العقود الأخيرة، مقارنة بالخطاب التضامني والتوحيدي والشوروي الجدولرقم (١) .

ومن زاوية أخرى ، تعطي النتائج السابقة مؤشرات واضحة حول الاهتمام المتزايد للصحافة السعودية بالشأن الاقتصادي والاجتماعي في العام الذي أجريت فيه الدراسة التحليلية (٢٠٠٧م) ، مقابل تراجع الاهتمام نسبياً بالموضوعات السياسية والأمنية، وهي الموضوعات التي كانت تحتل مركز الصدارة في فترات الأزمات السياسية والاضطرابات الأمنية (الحرب على الإرهاب نموذجاً) .

والملاحظ أن الدراسات التي أشارت في فترات سابقة إلى تصدّر الموضوعات السياسية في اهتمامات الصحافة السعودية ، كانت تقتصر على تحليل مضمون الصفحات الأولى من الصحف التي تشملها الدراسة، مثل دراسة (العناد، ١٩٩٤)، ودراسة (بنعبدي، ١٤٢٣هـ)، مما يعطي بعداً آخر لتفسير اختلاف نتائج تلك الدراسات عن الدراسة الحالية.

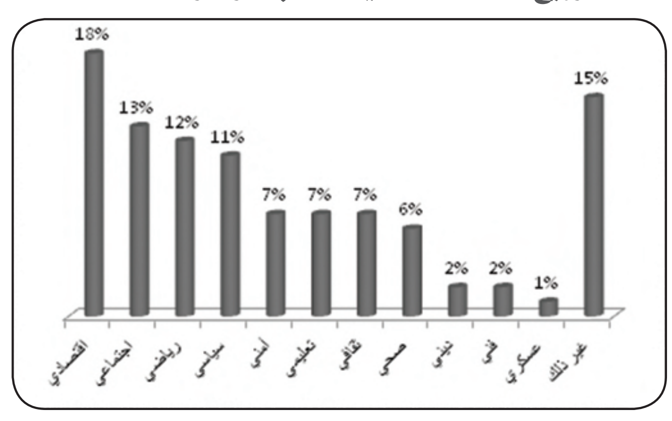
جدول رقم (٥)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	العدد	النسبة المئوية
اقتصادي	٢٦٩٥	٪١٨
اجتماعي	١٩٧٠	٪١٣
رياضي	١٧٧٧	٪١٢
سياسي	١٦٥٠	٪١١
أمني	١٠١٣	٪٧
تعليمي	١٠٢٨	٪٧
ثقافي	١٠٧٧	٪٧
صحي	٨٥٢	٪٦
ديني	٣٤٠	٪٢
فني	٢٥١	٪٢
عسكري	١٨٧	٪١
غيرذلك	٢٢٤٠	٪١٥
المجموع	١٥٠٨٠	٪١٠٠

شكل رقم (٢)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات العامة



وتؤكد نتائج الجدول رقم (٦) الخاص بتوزيع المادة الصحفية حسب الموضوعات الخاصة النتائج السابقة، إذ احتلت الموضوعات الخاصة بالاقتصاد وعالم المال والاعمال المرتبة الأولى في الموضوعات الخاصة المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) بنسبة ١٨٪تلتها موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية بنسبة ١٠٪

وكشفت النتائج التفصيلية في الجدول رقم (٦) أيضاً طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت باهتمام الصحافة السعودية في العام ٢٠٠٧ ، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، مقابل تراجع واضح في الاهتمام بقضايا الإرهاب والاضطرابات والقلاقل والأزمات ، في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي في فترة الدراسة للاهتمام بقضايا التنمية المحلية ، خاصة في أجواء الاستقرار الاجتماعي والأمني التي تعيشها المملكة.

جدول رقم (٦)

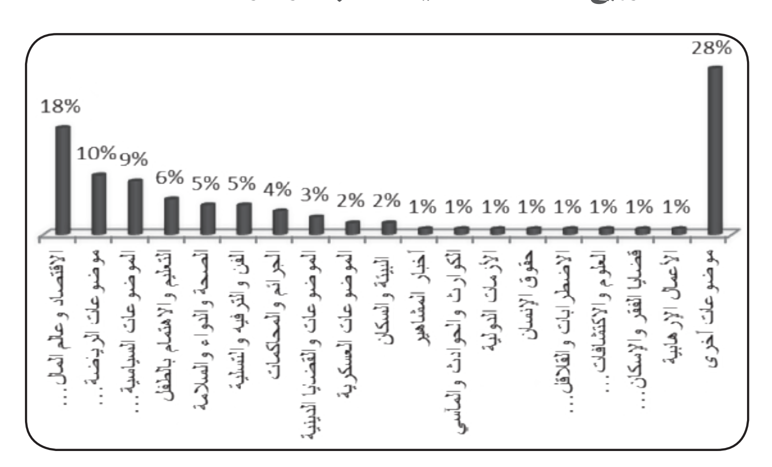
توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات الخاصة

الموضوعات الخاصة	العدد	النسبة المئوية
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٢٧١٨	١٨٪
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	١٥٣٤	١٠٪
الموضوعات السياسية والحكومية	١٣٧٦	٩٪
التعليم والاهتمام بالطفل	٩١٧	٦٪
الصحة والدواء والسلامة	٨٠٩	٥٪
الفن والترفيه والتسلية	٧٠٢	٥٪
الجرائم والمحاكمات	٦٧٤	٤٪
الموضوعات والقضايا الدينية	٤٦٢	٣٪

الموضوعات الخاصة	العدد	النسبة المئوية
الموضوعات العسكرية	٢٣٤	٢٪
البيئة والسكان	٢٩٥	٢٪
أخبار المشاهير	٢١٩	١٪
الكوارث والحوادث والمآسي	٢١٩	١٪
الأزمات الدولية	١٤٨	١٪
حقوق الإنسان	١٢٠	١٪
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول	١٢٠	١٪
العلوم والاكتشافات والمخترعات والبحوث العلمية	١٠٤	١٪
قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات للمحتاجين	٩٨	١٪
الأعمال الإرهابية	٩٨	١٪
موضوعات أخرى	٤٢٣٣	٢٨٪
المجموع	١٥٠٨٠	١٠٠٪

شكل رقم (٣)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات الخاصة



وبحسب البيانات الواردة في جدول (٧) ، فقد جاءت الموضوعات المحلية في المقدمة وفق توزيع المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية - عينة البحث- حسب الإطار الجغرافي بنسبة ٧٨٪، وتشير هذه النتيجة إلى سمة (المحلية) كإحدى سماتشخصيةالصحافة السعودية التي تتحددمن خلال درجة الاهتمامات التي تعطيها للمحور المحلي والدولي للموضوعات، وأكدت هذه النتيجة ما أوضحته دراسة (القرني ، ٢٠٠٢) بأن ٧٨٪ من التكرار و٨٠٪ من المساحة احتلها الشأن المحلي في الصحافة السعودية خلال فترة (٧٥ عاماً) شملتها الدراسة التحليلية، وأن التغطيات المحلية زادت في العقود التالية إلى أن وصلت إلى ٨٦٪ في العقد التسعيني الميلادي، وهو – بحسب الدراسة–مؤشر إلى أن سوق الصحافة الوطنية في كثير من دول العالم (ومنها المملكة العربية السعودية) بدأ يتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية.

والملاحظ في نتائج الجدول رقم (٧) أيضاً بروز الموضوعات العربية في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة بنسبة ٩٪ مقابل ٢٪ فقط الموضوعات التي تناولت الإطار الجغرافي الخليجي ، ويمكن تفسير ذلك بتوقيت إجراء الدراسة الذي شهد أحداثاً وتطورات مهمة في الساحة العربية عام ٢٠٠٧ .

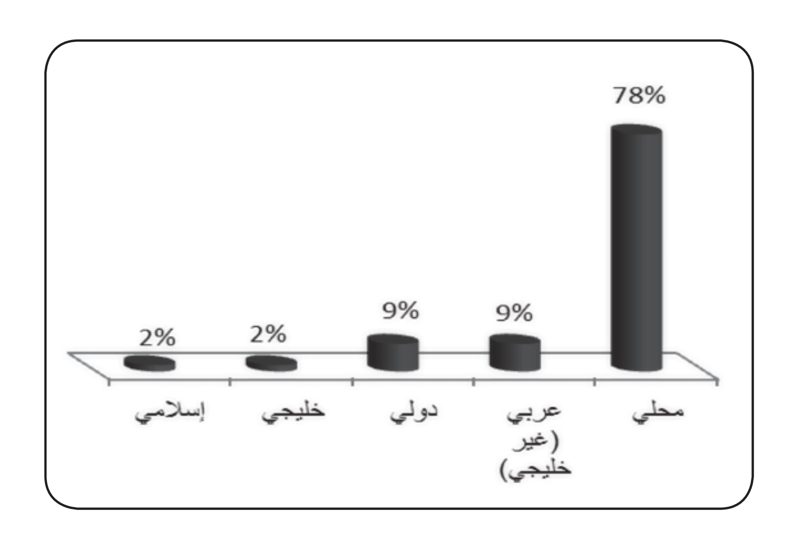
جدول رقم (٧)

توزيع المادة الصحافية حسب الإطار الجغرافي

الإطار الجغرافي	العدد	النسبة المئوية
محلي	١١٧٩٤	٧٨٪
عربي (غير خليجي)	١٣٦٦	٩٪
دولي	١٣٢٢	٩٪
خليجي	٣٢٦	٢٪
إسلامي	٢٣٨	٢٪
غير محدد	٣٤	٠٪
المجموع	١٥٠٨٠	١٠٠٪

شكل رقم (٤)

توزيع المادة الصحافية حسب الإطار الجغرافي



ويتضح من بيانات جدول رقم (٨) حول توزيع المادة الصحفية حسب القطاع الإداري أن المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) تحت فئة (عام) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٢٧٪، تلتها المادة الصحفية تحت فئة خارجي ، وتصدرت المواد الصحفية الخاصة بمدينتي (الرياض ومكة المكرمة) بقية المواد الخاصة بالمدن الأخرى ، بنسبة ١٩٪للرياض، و ١٤٪ لمكة المكرمة .

وتأتي النتائج السابقة منطقية، إذا أخذنا بعين الاعتبار أنها تمثل المادة التحليلية في كل الصحف التي شملتها الدراسة ، في حين توضح النتائج اللاحقة بشكل تفصيلي أكثر دقة، الاهتمامات المكانية لكل صحيفة على حدة، بما يمكن الباحث من معرفة إلى أي مدى أثّر معيار (القرب المكاني) في اهتمامات كل صحيفة باعتبار مكان صدورها.

جدول رقم (٨)

توزيع المادة الصحافية حسب القطاع الإداري

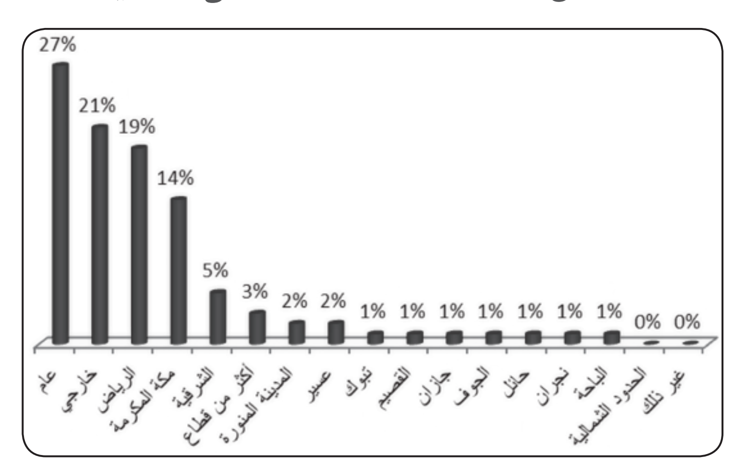
القطاع الإداري	العدد	النسبة المئوية
عام	٤٠١٩	٪٢٧
خارجي	٣١٠٤	٪٢١
الرياض	٢٨٩٩	٪١٩
مكة المكرمة	٢٠٤٣	٪١٤
الشرقية	٧٣١	٪٥
أكثر من قطاع	٥٠٢	٪٣
المدينة المنورة	٢٨٦	٪٢
عسير	٣٥٤	٪٢
تبوك	٢٢٦	٪١
القصيم	١٩٨	٪١



جازان	١٤٦	١٪
الجوف	١٤١	١٪
حائل	١٢١	١٪
نجران	١٠٤	١٪
الباحة	٩٩	١٪
الحدود الشمالية	٦٧	٠٪
غيرذلك	٤٠	٠٪
المجموع	١٥٠٨٠	١٠٠٪

شكل رقم (٥)

توزيع المادة الصحافية حسب القطاع الإداري



وتشير نتائج الجدول رقم (٩) ، إلى أن (القطاع الخاص) قد حظي بالنسبة الأعلى(٤٦٪) بحسب توزيع المادة الصحفية بناءً على الجهة التي تناولتها، مقابل ٢٩٪ للمواد الصحيفة التي تناولت القطاع الحكومي.في إشارة إلى الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي في الفترة الزمنية التي شهدتها الدراسة خلال العام ٢٠٠٧م.

وتعزز هذه النتيجة مؤشرات علمية توصلت إليها دراسة (التويم، ١٤٢١هـ) وأوضحت أن أولويات الصحافة السعودية خاصة في تناول القضايا الاقتصادية تتأثر باهتمامات "القطاع الخاص" كطرف مؤثر في عملية ترتيب أولويات الاهتمام بتلك القضايا.

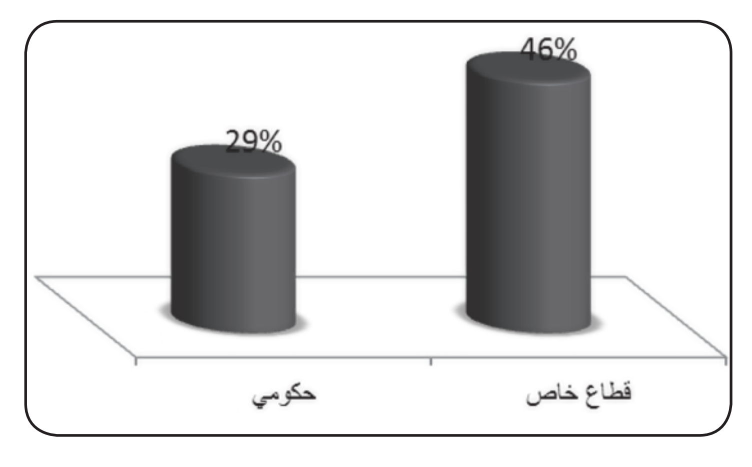
جدول رقم (٩)

توزيع المادة الصحافية حسب الجهة

الجهة	العدد	النسبة المئوية
قطاع خاص	٦٩٥٩	٤٦٪
حكومي	٤٤٣٩	٢٩٪
غير ذلك	٣٦٨٢	٢٤٪
المجموع	١٥٠٨٠	١٠٠٪

شكل رقم (٦)

توزيع المادة الصحافية حسب الجهة



وتوضح بيانات الجدول رقم (١٠) غلبة الاتجاه الإيجابي في المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة، بنسبة ٦١٪.

وهو نتيجة أكدتها دراسات أخرى أجريت على المستوى الإقليمي،والعربي مثل دراسة (بنعبدي، ١٤٢٣هـ) التي أشارت إلى أن أخبار الصحف الخليجية يغلب عليها طابع المحلية ذو الاتجاه الإيجابي لاسيما السياسي منها،وفصّلت دراسات أخرى اتجاهات الفنون الصحفية المختلفة في الصحافة السعودية،مثل دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحافة السعودية تتجه إيجابيا في الغالب،وتتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها..

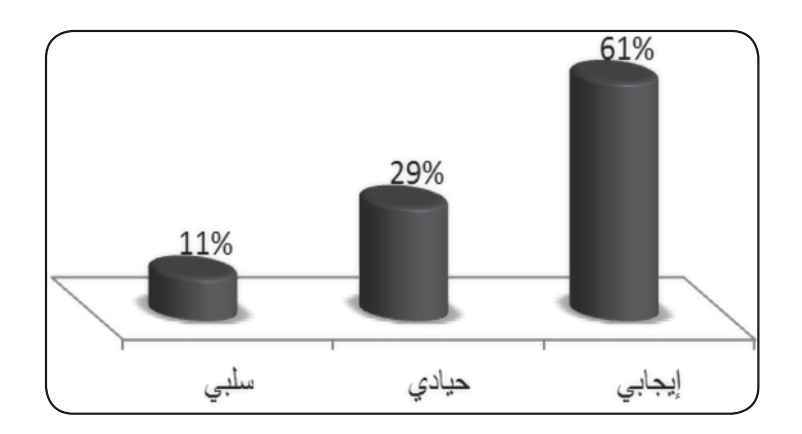
جدول رقم (١٠)

توزيع المادة الصحافية حسب اتجاه المادة الإخبارية

اتجاه المادة الإخبارية	العدد	النسبة المئوية
إيجابي	٩١٠٢	٪٦١
حيادي	٤٣٠٣	٪٢٩
سلبي	١٦٣٥	٪١١
المجموع	١٥٠٤٠	٪١٠٠

شكل رقم (٧)

توزيع المادة الصحافية حسب اتجاه المادة الإخبارية



أما عن توزيع المادة الصحفية حسب طبيعة الطرح ، فتكشف بيانات الجدول رقم (١١) أن الطرح المشترك أو المختلط (عقلاني/ عاطفي) قد جاء في المقدمة بنسبة ٣٦٪ ، يليه الطرح العاطفي ، ثم العقلاني.

وجاءت النسب الثلاث متقاربة (٣٦٪ ، ٣٤٪ ، ٣٠٪) في طبيعة الطرح السائد في المواد الصحفية عينة الدراسة، لذلك يمكن القول أن الصحافة السعودية تتجه بالفعل نحو التوازن في أسلوب الطرح بين الأسلوبين العاطفي والعقلاني.

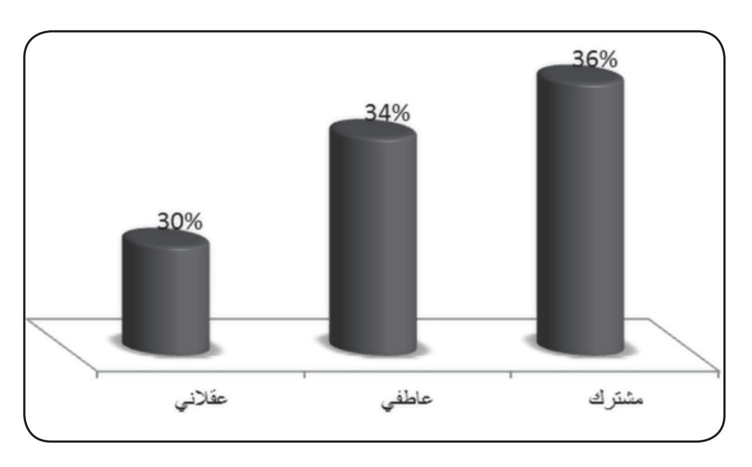
جدول رقم (١١)

توزيع المادة الصحافية حسب طبيعة الطرح

طبيعة الطرح	العدد	النسبة المئوية
مشترك	٢٥٢٢	٣٦٪
عاطفي	٢٤٢٥	٣٤٪
عقلاني	٢١٣٧	٣٠٪
المجموع	٧٠٨٤	١٠٠٪

شكل رقم (٨)

توزيع المادة الصحافية حسب طبيعة الطرح



أما عن توزيع المادة الصحفية حسب الجدلية الأساسية، فتوضح نتائج الجدول رقم (١٢) تراجع (الاتجاه الإطرائي) إلى مستوى أقل من ٤٠٪ ، مقابل الاتجاه النقدي وتقديم الاقتراحات ، بعد أن كان السائد في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي غلبة الاتجاهات الإطرائية على الاتجاهات النقدية (القرني،١٤٢٤هـ)، وغياب البعد النقدي والتقويمي (الشلهوب، ١٤٢٥هـ).

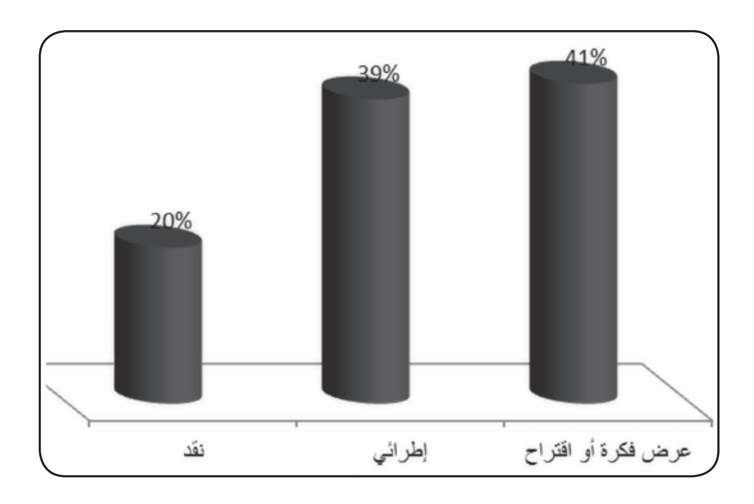
جدول رقم (١٢)

توزيع المادة الصحافية حسب الجدلية الأساسية

الجدلية الأساسية	العدد	النسبة المئوية
عرض فكرة أو اقتراح	٢٧١٨	٤١٪
إطرائي	٢٥٣٥	٣٩٪
نقد	١٣٠٠	٢٠٪
المجموع	٦٥٥٣	١٠٠٪

شكل رقم (٩)

توزيع المادة الصحافية حسب الجدلية الأساسية



وتقدم بيانات الجدول رقم (١٣) الخاصة بتوزيع المادة الصحفية حسب أسلوب المعالجة، مؤشرات إيجابية أخرى في تطور الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي ، مفادها زيادة نسبة الأسلوب المعلوماتي في المعالجة الصحفية بنسبة ٤٣٪، مقابل ٢٦٪ للأسلوب الإنشائي.

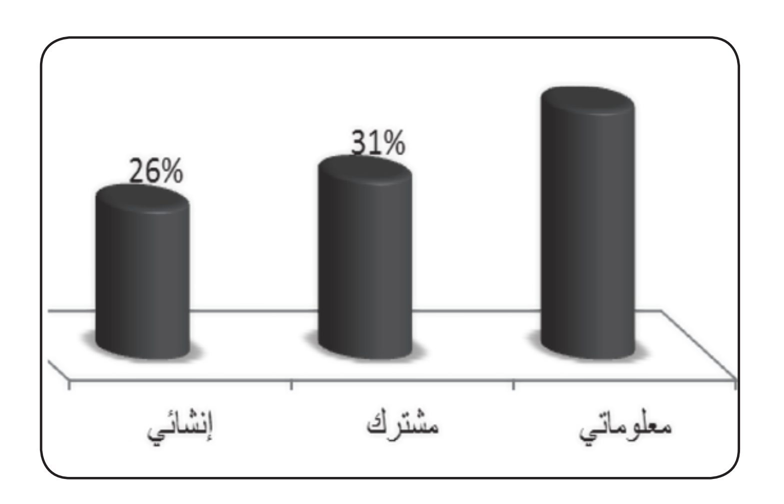
جدول رقم (١٣)

توزيع المادة الصحافية حسب أسلوب المعالجة

أسلوب المعالجة	العدد	النسبة المئوية
معلوماتي	٦٢٢٨	٪٤٣
مشترك	٤٤٧٨	٪٣١
إنشائي	٣٨٢٩	٪٢٦
المجموع	١٤٥٣٥	٪١٠٠

شكل رقم (١٠)

توزيع المادة الصحافية حسب أسلوب المعالجة



وتشير بيانات الجدول رقم (١٤) حول توزيع المادة الصحفية حسب مصدر المادة إلى أن الصحف السعودية– عينة الدراسة – تعتمد بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية في الحصول على المواد الصحفية بنسبة ٦٨٪ ، من خلال الاعتماد على مراسلي ومندوبي الصحيفة، ومكاتبها الداخلية والخارجية.

وحتى قبل أكثر من ست سنوات ، رصد بعض الباحثين أن معظم الصحف السعودية لديها مراسلون متفرغون يزيد عددهم عن ٢١ مراسلاً ومحرراً، أما فيما يتعلق بالمراسلين غير المتفرغين فقد أشار رؤساء التحرير في جميع الصحف التي تمت دراستها أنهم فوق العشرين مراسل. وكان الاعتماد كاملاً على المراسلين في جميع الصحف يليها لاعتماد على وكالة الأنباءالسعودية (خالد، محمد بن سعود، ١٤٢٤هـ).

وبحسب الجدول رقم (١٤) فقد جاء الإعتماد على وسيلة إعلامية أخرى كمصدر للمادة الإخبارية بنسبة ٧٪، وتصدرت وكالة الأنباء السعوية، بقية وكالات الأنباء العربية والدولية في اعتماد الصحف السعودية (عينة الدراسة) عليها كمصدر للمادة الإخبارية بنسبة (٤٪) ، تليها وكالة (الصحافة الفرنسية) ووكالة (رويترز) .

وتشير النتائج السابقة إلى ندرة اعتماد الصحافة السعودية على وكالات الأنباء الخليجية والعربية ، في تقديم مادتها الصحفية (أقل من ١٪) ، وهي نتيجة تضع علامات استفهام كبرى حول جهود التنسيق الإعلامي العربي ، على الأقل في مستواه الرسمي الذي تمثل وكالات الأنباء الرسمية جانباً مهماً فيه.

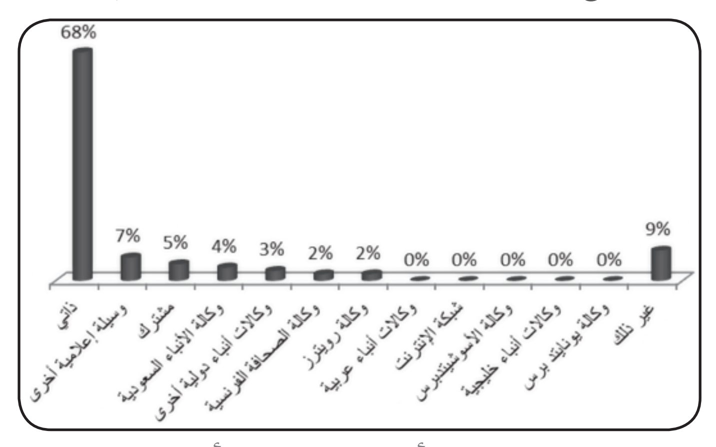
جدول رقم (١٤)

توزيع المادة الصحافية حسب مصدر المادة الاخبارية

مصدر المادة الإخبارية	العدد	النسبة المئوية
ذاتي	١٠٢٢٩	٪٦٨
وسيلة إعلامية أخرى	١٠٤٥	٪٧
مشترك	٧٣١	٪٥
وكالة الأنباء السعودية	٥٥٥	٪٤
وكالات أنباء دولية أخرى	٤٠٦	٪٣
وكالة الصحافة الفرنسية فرانس برس (أ.ف.ب)	٣٢٤	٪٢
وكالة رويترز	٢٨٠	٪٢
وكالات أنباء عربية	٥٤	٪٠
شبكة الإنترنت	٣٨	٪٠
وكالة الأسوشيتدبرس	١٦	٪٠
وكالات أنباء خليجية	١١	٪٠
وكالة يونايتد برس	٢	٪٠
غيرذلك	١٣٨٩	٪٩
المجموع	١٥٠٨٠	٪١٠٠

شكل رقم (١١)

توزيع المادة الصحافية حسب مصدر المادة الاخبارية



وتوضح بيانات الجدول رقم (١٥) أن الصفحات الأولى في الصحف التي شملتها الدراسة قد تضمنت ١١٪ من المواد الصحفية المنشورة خلال فترة الدراسة، مقابل ٣٪ في الصفحة الأخيرة ، و٧٨٪ في الصفحات الداخلية، والبقية في الملاحق.

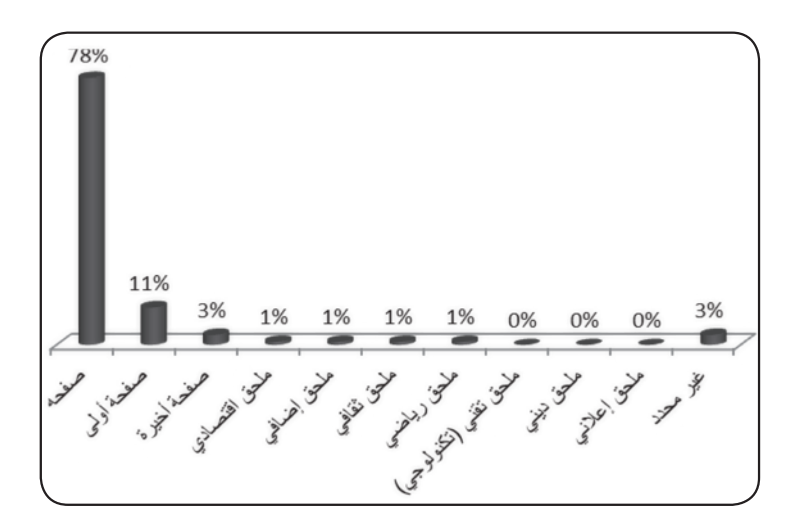
جدول رقم (١٥)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع

الموقع	العدد	النسبة المئوية
صفحة داخلية	١١٨٢٢	٪٧٨
صفحة أولى	١٦٠٧	٪١١
صفحة أخيرة	٥١٥	٪٣
ملحق اقتصادي	١٤٤	٪١
ملحق إضافي	١٤٠	٪١
ملحق ثقافي	١٢٤	٪١
ملحق رياضي	١٩١	٪١
ملحق تقني (تكنولوجي)	٥٢	٪٠
ملحق ديني	٣١	٪٠
ملحق إعلاني	٢٢	٪٠
غير محدد	٤٣٢	٪٣
المجموع	١٥٠٨٠	٪١٠٠

شكل رقم (١٢)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع



أما عن توزيع المواد المرئية والمصورة في المادة الصحفية ، فتوضح بيانات الجدول رقم (١٦) أن أكثر من نصف المواد الصحفية المنشورة في الصحف – عينة الدراسة – كانت مصحوبة بمواد مرئية ومصورة ، مثل الصور الشخصية وصور من مواقع الحدث، وبدرجة أقل الأشكال التوضيحية والرسوم البيانية والجداول والإحصاءات. ولم تتجاوز نسبة المواد الصحفية المنشورة من غير مرئية مصورة نسبة ٤٦٪.

وتشير النتيجة السابقة (٥٤٪) إلى الحجم الكلي لتواجد المادة المرئية المصورة في مجمل القضايا والموضوعات التي تناولتها الصحف السعودية خلال فترة الدراسة، وحددت دراسات أخرى مثل دراسة (الزهراني، ١٤٢٨هـ) النسبة المئوية لنشر الصور الفوتوغرافية في الصحافة السعودية بحوالى ٦٠٪ .

أما إذا اتجهنا نحو التفصيل، فسنجد اختلافاً نسبياً في النتائج، فعلى سبيل المثال ، أشارتدراسة (المغامسي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٥م) إلى أن مصاحبة الصور الفوتوغرافية للمواد التحريرية عن موضوعات السياحة في الصحافة السعودية تراوحت بين ٥٤٪ إلى ٧٧٪ من الموضوعات المنشورة. إلا أن الدراسة أشارت إلى أن استخدام تلك الصحف للصور الحديثة أقل من الصور الأرشيفية.

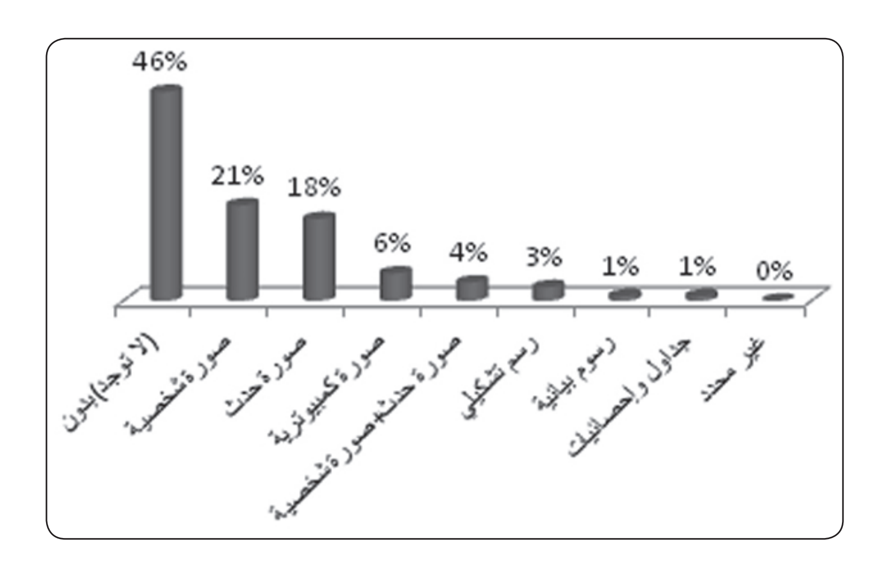
جدول رقم (١٦)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة المرئية

المادة المرئية	العدد	النسبة المئوية
بدون (لا توجد)	٦٨٧٩	٤٦٪
صورة شخصية	٣١٥٥	٢١٪
صورة حدث	٢٦٥٦	١٨٪
صورة كمبيوترية (جوجل إرث أو جرافيك)	٨٧٥	٦٪
صورة شخصية +صورة حدث	٦٢٥	٤٪
رسم تشكيلي	٤٧٠	٣٪
رسوم بيانية	١٩٨	١٪
جداول وإحصائيات	١٧١	١٪
غير محدد	٥١	٠٪
المجموع	١٥٠٨٠	١٠٠٪

شكل رقم (١٣)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة المرئية



وعن توزيع المادة الصحفية حسب القيم الخبرية، توضح بيانات الجدول رقم (١٧) أن القيمة المعروفة بـ(أخبار ذات نتيجة جيدة**Good News**) والمقصود بها كقيمة إخبارية أن يكون المحتوى الخبري يشير أو يصل إلى نتيجة إيجابية مثل علاج مرض ما أو إنقاذ من خطر أو كارثة وغير ذلك من الأمور الإيجابية. سجلت هذه القيمة نسبة ٢٥٪ من كل المواد الصحفية المنشورة في الصحف عينة الدراسة.

وتؤكد هذه النتيجة ، المؤشرات السابقة لبيانات الجدول رقم (١٠) والتي أشارت إلى غلبة الاتجاه الإيجابي في المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة.

أما الأخبار المرتبطة باهتمامات الناس وحياتهم، والتي تعني – كقيمة إخبارية – أن يكون محتوى الخبر يرتبط ويتعلق باهتمامات الناس (القراء) وحياتهم المعيشية والبيئية، فقد جاءت في المركز الثاني بنسبة ٢١٪ . تليها (أخبار ذات نتيجة سيئة) بنسبة ١١٪ .ثم جاءت القيم الإخبارية التي تتناول (أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي) و (المشاهير) وقيمة (الضخامة) بنسب تتراوح من ٨٪ إلى ١٠٪.

أما الأخبار المتابعة أو المستمرة**Follow – Up** والتي يقصد بها كقيمة إخبارية أن تتناول المادة الإخبارية أحداثاً هي موجودة بالأساس في الأخبار ويتم متابعة هذه الأحداث، سجلت حضوراً نسبته ٧٪ في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة.

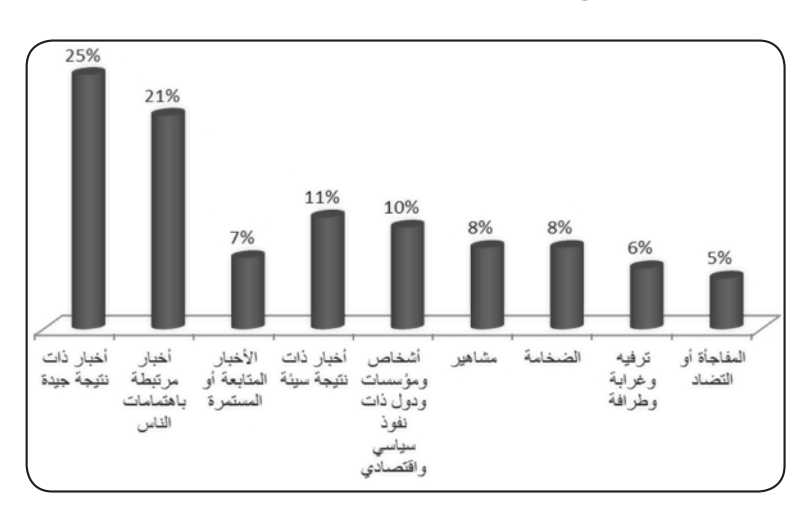
جدول رقم (١٧)

توزيع المادة الصحافية حسب القيم الخبرية

القيم الخبرية	العدد	النسبة
أخبار ذات نتيجة جيدة	٥٠٧٦	٪٢٥
أخبار مرتبطة باهتمامات الناس	٤٣٦٣	٪٢١
الأخبار المتابعة أو المستمرة	١٣٩٣	٪٧
أخبار ذات نتيجة سيئة	٢١٧٤	٪١١
أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي	١٩٩٠	٪١٠
مشاهير	١٧٠٦	٪٨
الضخامة	١٦٦٣	٪٨
ترفيه وغرابة وطرافة	١١٨٦	٪٦
المفاجأة أو التضاد	١١٠٣	٪٥
المجموع	٢٠٦٥٤	٪١٠٠

شكل رقم (١٤)

توزيع المادة الصحافية حسب القيم الخبرية



وتشير بيانات الجدول رقم (١٨) حول توزيع المادة الصحفية حسب الشخصية الرئيسية أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة بنسبة ١٩٪، مقابل ٢٥٪ توزعت على فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية.

وهي نتيجة مهمة باتجاه تحديد اهتمامات الصحف السعودية إزاء النخبة والجمهور، خاصة أن تركيز وسائل الإعلام على النخب السياسية والثقافية والفنية، وإهمال اهتمامات وقضايا أفراد الجمهور ، من المآخذ الرئيسة على الأداء الإعلامي في المجتمعات العربية وغير العربية .

وتعطي النتيجة السابقة ، مؤشراً يبعث على التفاؤل في اتجاه الصحافة السعودية للاهتمام بشكل أكبر بقضايا المواطن ، وجعله المحور الرئيس للمادة الصحفية المنشورة.

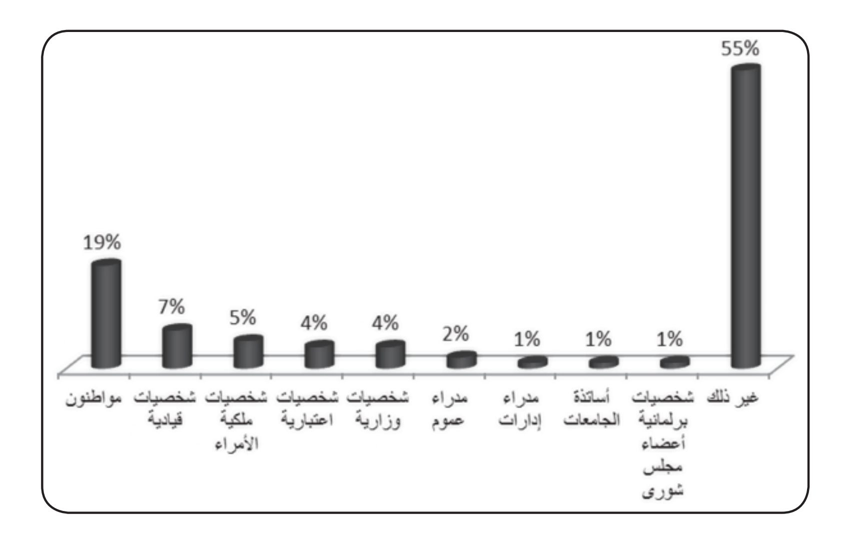
جدول رقم (١٨)

توزيع المادة الصحافية حسب الشخصية الرئيسية في الخبر

الشخصية الرئيسية في الخبر	العدد	النسبة
مواطنون	٢٨٤٤	١٩٪
شخصيات قيادية : وتشمل (ملك، ولي عهد، رئيس دولة، رئيس حكومة)	١١١١	٧٪
شخصيات ملكية (الأمراء)	٧٦٣	٥٪
شخصيات اعتبارية	٦٢٠	٤٪
شخصيات وزارية وتشمل: (وزراء، نواب وزراء، وكلاء الوزارات)	٦٠٢	٤٪
مدراء عموم	٣٦٦	٢٪
مدراء إدارات	٢١٧	١٪
أساتذة الجامعات	١٣٥	١٪
شخصيات برلمانية أعضاء مجلس شورى	٩٠	١٪
غيرذلك	٨٣٣٢	٥٥٪
المجموع	١٥٠٨٠	١٠٠٪

شكل رقم (١٥)

توزيع المادة الصحافية حسب الشخصية الرئيسية في الخبر



وفي نهاية هذا الجزء من الدراسة التحليلية تكشف النتائج في الجدول رقم (١٩) عن وضوح اتجاه المادة الصحفية في ٨٧٪ من المواد التي شملها التحليل خلال العام ٢٠٠٧،مقابل عدم وضوحها في ١٣٪ من المواد التي شملتها الدراسة.

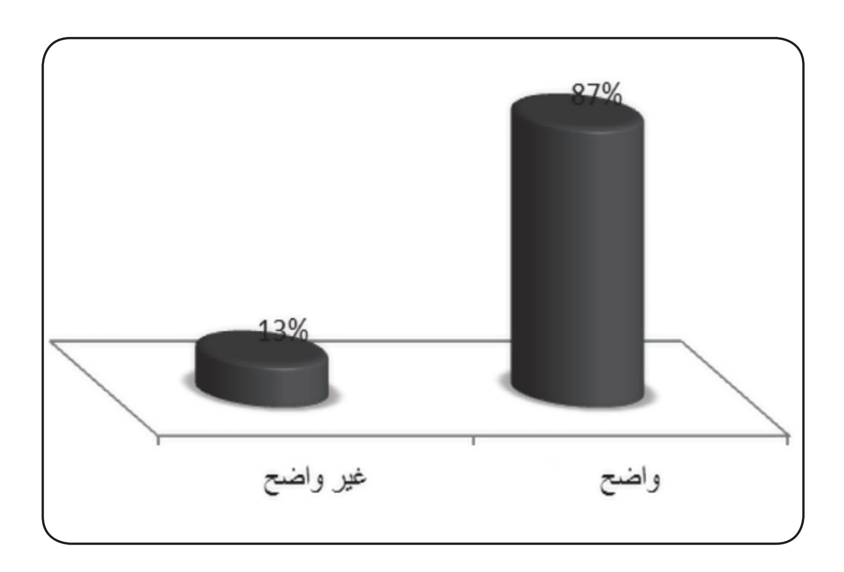
جدول رقم (١٩)

توزيع المادة الصحافية حسب درجة الوضوح

درجة الوضوح	العدد	النسبة المئوية
واضح	١٣٠٣١	٪٨٧
غير واضح	١٩٥٣	٪١٣
المجموع	١٤٩٨٤	٪١٠٠

شكل رقم (١٦)

توزيع المادة الصحافية حسب درجة الوضوح



ثانياً: تحليل مقالات الرأي في الصحف السعودية (عينة الدراسة)

توضح بيانات الجدول رقم (٢٠) أن ٨٧٪ من كتّاب صفحات الرأي في الصحافة السعودية ، هم من الذكور، ولا تقتصر هذه النتيجة على صفحات الرأي فقط ، فهناك مجالاتفي متعددة في الكتاباتالصحفية التي لم يخضها قلم المرأة السعودية مثل الرياضة وبعض مجالات الاقتصاد والتجارة والتسويق والدعاية والإعلان والشئون السياسية والتحليل السياسي وفن الكاريكاتير على اختلاف أنماطه، وغيرها من المجالات الاجتماعية الحساسة إلا في ما ندر (الدغفق، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م)..

وفي الصفحات والملاحق الثقافية بالصحافة السعودية، قدّرت دراسة (الزهراني ، ١٤٢٨هـ) مشاركة المرأة السعودية ككاتبة بنسبة ١١,٥٪ .

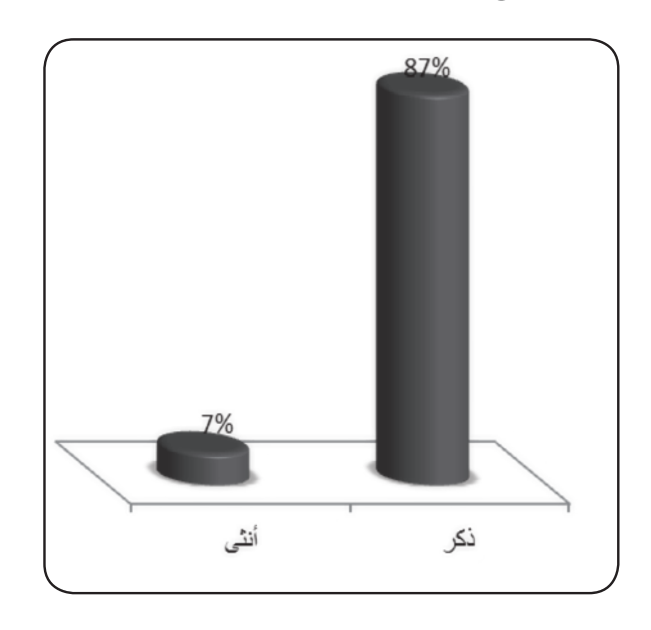
جدول رقم (٢٠)

توزيع المادة الصحافية حسب جنس الكاتب

جنس الكاتب	العدد	النسبة المئوية
ذكر	١٦٨٧	٪٨٧
أنثى	١٣٠	٪٧
غير محدد أو لم يظهر	١٢٥	٪٦
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (١٧)

توزيع المادة الصحافية حسب جنس الكاتب



وبلغت نسبة حملة الدكتوراه ١٢٪ من كتّاب مقالات الرأي في الصحافة السعودية - عينة الدراسة - كما توضح بيانات الجدول رقم (٢١).

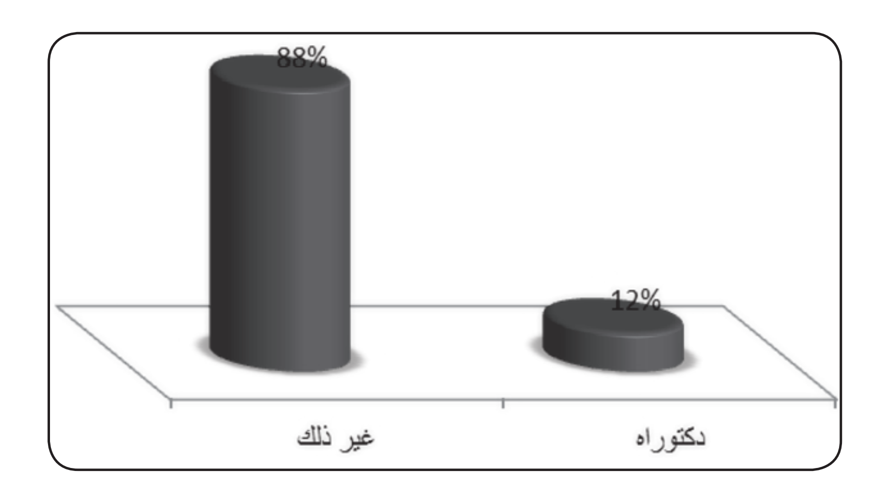
جدول رقم (٢١)

توزيع المادة الصحافية حسب مؤهل الكاتب

مؤهل الكاتب	العدد	النسبة المئوية
دكتوراه	٢٣١	١٢٪
غيرذلك	١٧١١	٨٨٪
المجموع	١٩٤٢	١٠٠٪

شكل رقم (١٨)

توزيع المادة الصحافية حسب مؤهل الكاتب



ويوضح الجدول رقم (٢٢) توزيع مقالات الرأي في الصحافة السعودية حسب جنسية الكاتب ، إذ بلغت نسبة المقالات للكتّاب السعوديين ٥٣٪. فيما جاء الكتّاب العرب في المرتبة الثانية بنسبة ٣٦٪.

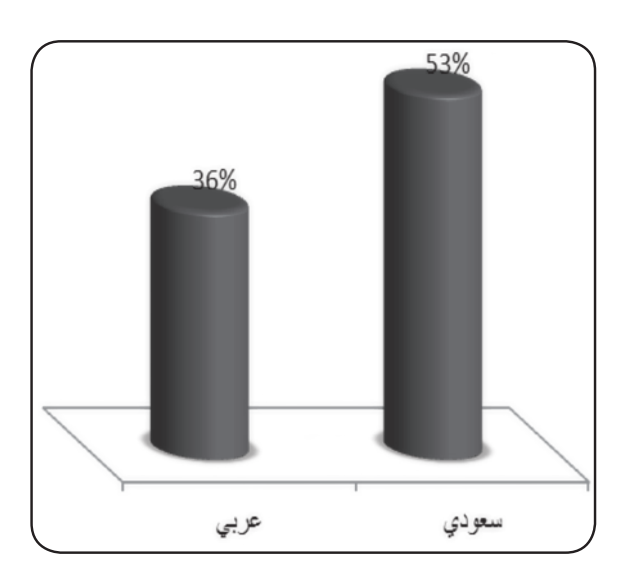
جدول رقم (٢٢)

توزيع المادة الصحافية حسب جنسية الكاتب المحرر

جنسية الكاتب المحرر	العدد	النسبة المئوية
سعودي	١٠٢٥	٪٥٣
عربي	٦٩٦	٪٣٦
أمريكي	٧	٪٠
خليجي	٤	٪٠
أوروبي	٣	٪٠
آسيوي	٣	٪٠
غير محدد	٢٠٤	٪١١
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (١٩)

توزيع المادة الصحافية حسب جنسية الكاتب المحرر



ويتبين من نتائج الجدول رقم (٢٣) أن الموضوعات الإجتماعية جاءت على رأس القائمة، كمادة صحفية لكتّاب الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – بنسبة بلغت ٢٥٪، تليها الموضوعات الثقافية ، ثم السياسية ثم الرياضية ثم الاقتصادية.

وتختلف هذه النتيجة عن نتائج الجدولرقم (٥) التي أشارت إلى أن الموضوعات الاقتصادية تصدرت اهتمامات الصحف السعودية – عينة البحث–بنسبة ١٨٪في مجمل المواد الصحفية التي شملها التحليل (أخبار/ مواد رأي / إعلانات / كاريكاتير..) ، ويمكن تفسير ذلك بأن التحليل في المرحلة الأولى شمل الإعلانات ، فارتفعت نسبة الموضوعات الاقتصادية ، مقابل بروز أكبر للقضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية في مقالات الرأي ، وهو ما أكدته دراسات أخرى، مثل دراسة (العجمي، ١٤٢٣ هـ / ٢٠٠٣م) التي تناولت فن المقال الصحفي في الصحافة السعودية، وأوضحت نتائجها أن ٣٧٪ من المقالات كانت ذات مضمون سياسي، و٤, ١٩٪ ذات مضمون اجتماعي، و١٢٪ ذات مضمون ثقافي.

ومن ناحية أخرى تشير النتيجة السابقة إلى أن القضايا الاجتماعية نجحت في أن تكون في مركز الصدارة في اهتمامات كتّاب الرأي في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة، وهو ما يعكس حالة الجدل والنقاش المستمر بين مختلف التيارات والآراء حول القضايا الاجتماعية المختلفة في المملكة.

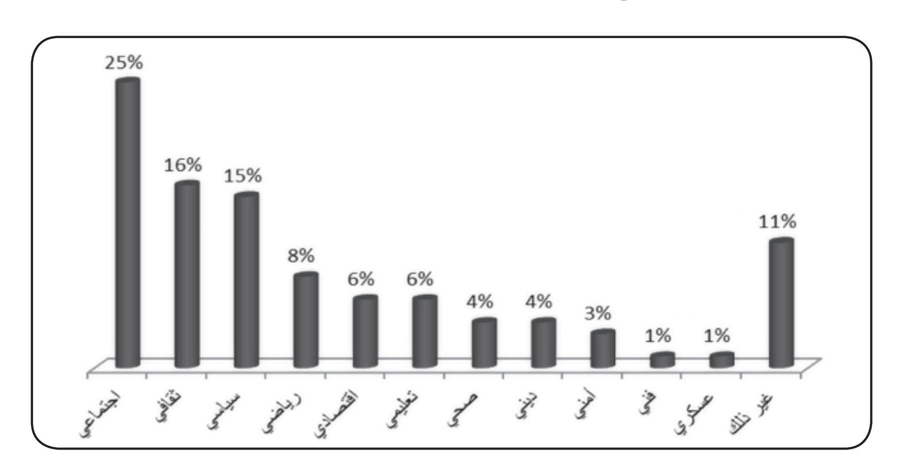
جدول رقم (٢٣)

توزيع مادة الرأي حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	العدد	النسبة المئوية
اجتماعي	٤٨٦	٢٥٪
ثقافي	٣١٨	١٦٪
سياسي	٢٨٣	١٥٪
رياضي	١٦٣	٨٪
اقتصادي	١٢٤	٦٪
تعليمي	١٢٤	٦٪
صحي	٧٠	٤٪
ديني	٨٢	٤٪
أمني	٥٣	٣٪
فني	٢١	١٪
عسكري	١٠	١٪
غير ذلك	٢٠٨	١١٪
المجموع	١٩٤٢	١٠٠٪

شكل رقم (٢٠)

توزيع مادة الرأي حسب الموضوعات العامة



وتؤكد المؤشرات التفصيلية في بيانات الجدول رقم (٢٤) النتائج السابقة حول تراجع الاهتمام بالقضايا الاقتصادية في مواد الرأي ، ليحل محلها الاهتمام بالموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية والرياضية .

إذ بينما أشارت نتائج الجدولرقم (٦) إلى أن الموضوعات الخاصة بالاقتصاد وعالم المال والاعمال احتلت المرتبة الأولى في الموضوعات المنشورة في الصحف السعودية (عينةالبحث) بنسبة ١٨٪ ،تراجعت نسبة تلك الموضوعات إلى ٦٪ فقط في مقالات الرأي – كما يوضح الجدول رقم (٢٤) .

وكشفت النتائج التفصيلية في الجدولين – (٦) االذي تضمن نتائج التحليل الإجمالي للصحف،و(٢٤) الخاص بتحليل مواد الرأي – طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيتب اهتمام الصحافة السعودية في العام ٢٠٠٧، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، مقابل تراجع واضح في الاهتمام بقضايا الإرهاب والاضطرابات والقلاقل والأزمات، في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي في فترة الدراسة للاهتمام بقضايا التنمية المحلية، خاصة في أجواء الاستقرار الاجتماعي والأمني التي تعيشها البلاد.

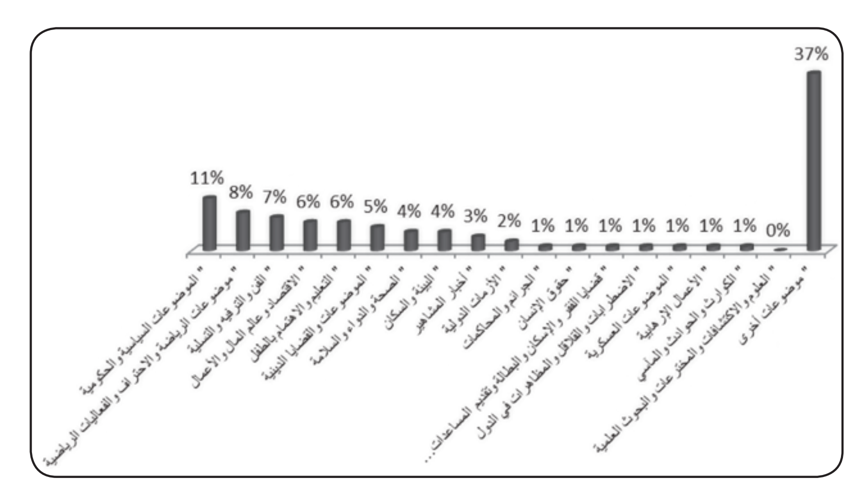
جدول رقم (٢٤)

توزيع مادة الرأي حسب موضوعات المادة الصحفية المفضّلة

موضوعات المادة الصحفية المفضلة	العدد	النسبة المئوية
الموضوعات السياسية والحكومية	٢١٧	٪١١
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	١٥٧	٪٨
الفن والترفيه والتسلية	١٢٨	٪٧
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	١٢٥	٪٦
التعليم والاهتمام بالطفل	١١٥	٪٦
الموضوعات والقضايا الدينية	١٠٤	٪٥
الصحة والدواء والسلامة	٧٣	٪٤
البيئة والسكان	٧٠	٪٤
أخبار المشاهير	٤٩	٪٣
الأزمات الدولية	٤٤	٪٢
الجرائم والمحاكمات	٢٨	٪١
حقوق الإنسان	٢٨	٪١
قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات	٢٧	٪١
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول	١٥	٪١
الموضوعات العسكرية	١٤	٪١
الأعمال الإرهابية	١٤	٪١
الكوارث والحوادث والمآسي	١٢	٪١
العلوم والاكتشافات والمخترعات والبحوث العلمية	٩	٪٠
موضوعات أخرى	٧١٣	٪٣٧
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٢١)

توزيع مادة الرأي حسب موضوعات المادة الصحفية المفضلة



وحول توزيع مواد الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة حسب الإطار الجغرافي، يوضح الجدول رقم (٢٥) اهتمام الصحف السعودية بالشأن المحلي، بنسبة ٨٢٪ من مواد الرأي التي نشرتها الصحف خلال فترة الدراسة ، مقابل ٨٪ فقط للشأن الدولي ، و ٧٪ للشأن العربي.

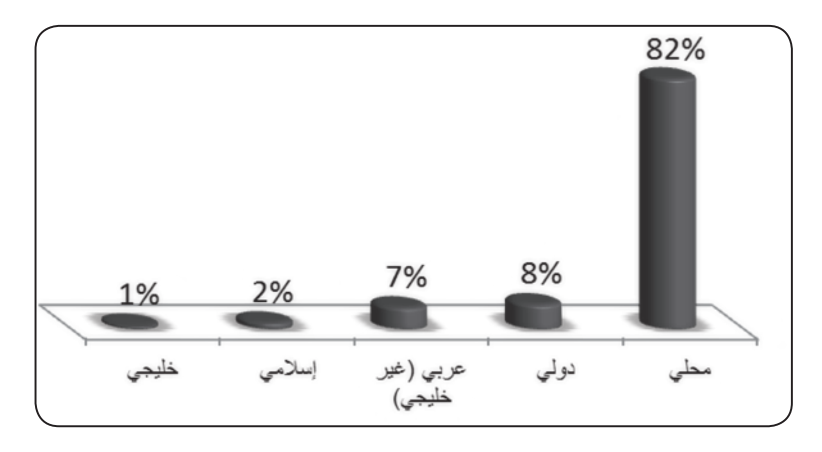
جدول رقم (٢٥)

توزيع مادة الرأي حسب الإطار الجغرافي

الإطار الجغرافي	العدد	النسبة المئوية
محلي	١٥٩٠	٪٨٢
دولي	١٥٦	٪٨
عربي (غير خليجي)	١٤٢	٪٧
إسلامي	٣٠	٪٢
خليجي	٢٢	٪١
غير محدد أو لم يظهر	٢	٪٠
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٢٢)

توزيع مادة الرأي حسب الإطار الجغرافي



وعن توزيع المادة الصحفية حسب القطاع الإداري ، لم تختلف نتائج التحليل العام – في الجدول رقم (٨) – ونتائج تحليل مقالات الرأي – في الجدول رقم (٢٦) – في تصدّر القطاعات العامة (التي تشمل المملكة بشكل عام) و (الخارجية) المركز الأول و الثاني، فيما جاءت القضايا الخاصة بمدينة (الرياض) العاصمة في المركز الثالث بنسبة ١٩٪ من المواد الصحفية التي شملها التحليل إجمالاً، و١٢٪ من مقالات الرأي.

والملاحظة الجديرة بالذكر هنا ارتفاع نسبة الموضوعات التي تتناول الشأن المحلي (العام) في مواد الرأي بنسبة ٥١٪ من مواد الرأي ، مقابل ٢٧٪ فقط من إجمالي المواد الصحفية التي شملها التحليل. بمعنى: أن اهتمام مقالات الرأي بالقضايا ذات البعد الوطني الذي يهم المملكة بشكل عام يساوي تقريباً ضعف اهتمام المواد الصحفية إجمالاً بتلك القضايا. وهو مؤشر إيجابي على ارتفاع الهم الوطني العام في كتابات الرأي في الصحافة السعودية .

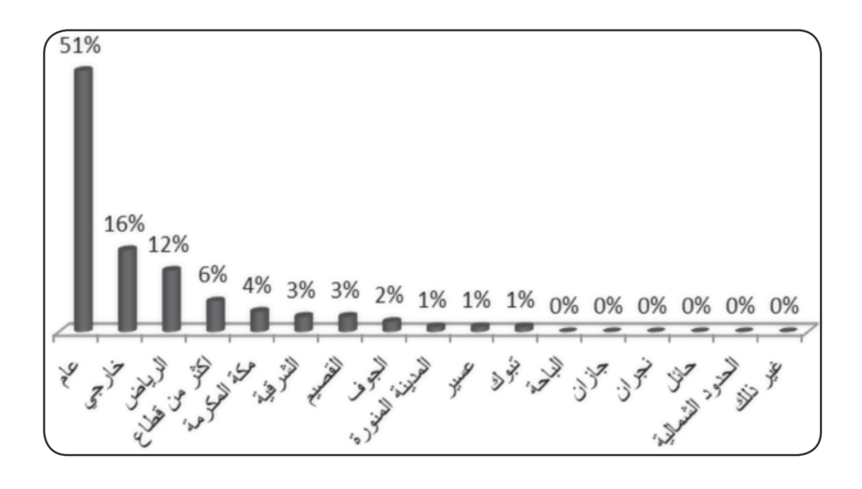
جدول رقم (٢٦)

توزيع مادة الرأي حسب القطاع الإداري

القطاع الإداري	العدد	النسبة المئوية	القطاع الإداري	العدد	النسبة المئوية
عام	٩٨٥	٥١٪	عسير	٢٤	١٪
خارجي	٣١٦	١٦٪	تبوك	٢٩	١٪
الرياض	٢٣٧	١٢٪	الباحة	٧	٠٪
اكثر من قطاع	١١١	٦٪	جازان	٤	٠٪
مكة المكرمة	٦٨	٤٪	نجران	٤	٠٪
الشرقية	٥٣	٣٪	حائل	٣	٠٪
القصيم	٥١	٣٪	الحدود الشمالية	٣	٠٪
الجوف	٣٢	٢٪	غيرذلك	٣	٠٪
المدينة المنورة	١٢	١٪			
المجموع				١٩٤٢	١٠٠٪

شكل رقم (٢٣)

توزيع مادة الرأي حسب القطاع الإداري



وتوضح نتائج الجدول رقم (٢٧) أن مواد الرأي التي تتناول قضايا القطاع الخاص قد شغلت نسبة ٣٢٪ بزيادة أكثر من ١٠٪ عن مواد الرأي التي تناولت قضايا القطاع الحكومي ، وتؤكد هذه النتيجة الاستنتاج الذي توصلت إليه الدراسة في مناقشة نتائج تحليل المواد الصحفية إجمالاً ، والتي أشارت إلى الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي.

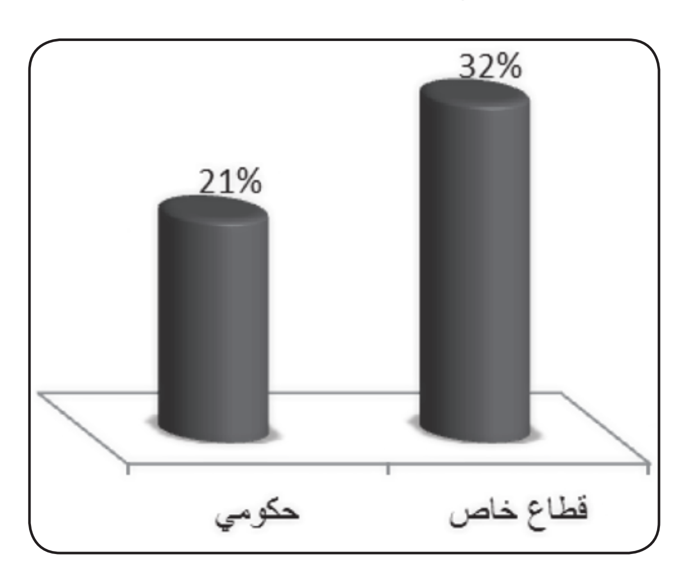
جدول رقم (٢٧)

توزيع مادة الرأي حسب الجهة

الجهة	العدد	النسبة المئوية
قطاع خاص	٦٢٦	٪٣٢
حكومي	٤١٦	٪٢١
غير ذلك	٩٠٠	٪٤٦
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٢٤)

توزيع مادة الرأي حسب الجهة



وتشير النتائج إلى زيادة نسبية للاتجاه السلبي، من ١١٪ في التحليل الإجمالي للمواد الصحفية (جدول رقم ١٠) إلى ١٤٪ في مقالات الرأي (جدول رقم ٢٨).

و تراجع الاتجاه الإيجابي من ٦١٪ في التحليل الإجمالي السابق إلى ٥٣٪ في مقالات الرأي.

وتتفق هذه النتائج مع المؤشرات العلمية السابقة التي ساقتها دراسات أخرى مثل دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحافة السعودية تتجه إيجابياً في الغالب، بينما تتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها..

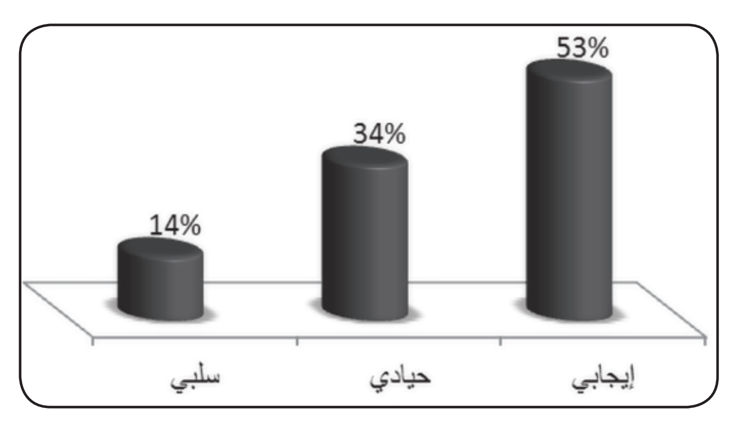
جدول رقم (٢٨)

توزيع مادة الرأي (مقالات الرأي) حسب الاتجاه

اتجاه المادة	العدد	النسبة المئوية
إيجابي	١٠٢٠	٥٣٪
حيادي	٦٥٧	٣٤٪
سلبي	٢٦٥	١٤٪
المجموع	١٩٤٢	١٠٠٪

شكل رقم (٢٥)

توزيع مادة الرأي (مقالات الرأي) حسب الاتجاه



وتوضح بيانات الجدول رقم (٢٩) توزيع مواد الرأي حسب طبيعة الطرح، إذ استحوذ الطرح المشترك أو المختلط (عقلاني / عاطفي) على نسبة تقترب من نصف مقالات الرأي التي شملها التحليل، يليه أسلوب الطرح العقلاني بنسبة ٣٨٪. ويمكن تفسير هذه النتيجة ، بطبيعة المادة الصحفية في مقالات الرأي التي تتناول في العادة موضوعات جدلية، يهدف كتّابها إلى إقناع الآخرين بوجهة نظرهم، من خلال عرض الحجج والبراهين وتدعيم كتاباتهم بالأدلة والإثباتات التي تدعم رؤاهم، لذلك لم تتجاوز نسبة الاتجاه العاطفي الصرف في هذا النوع من الكتابات ١٥٪ من إجمالي مقالات الرأي التي شملها التحليل.

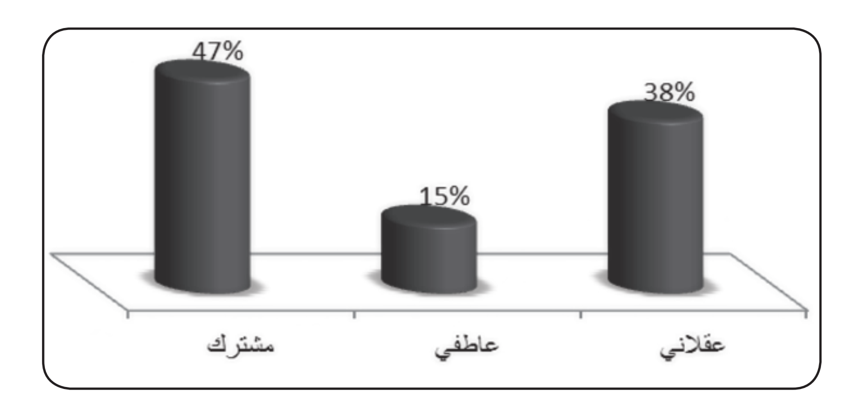
جدول رقم (٢٩)

توزيع مادة الرأي حسب طبيعة الطرح

طبيعة الطرح	العدد	النسبة المئوية
مشترك	٦٥٨	٤٧٪
عقلاني	٥٣٢	٣٨٪
عاطفي	٢١٧	١٥٪
المجموع	١٤٠٧	١٠٠٪

شكل رقم (٢٦)

توزيع مادة الرأي حسب طبيعة الطرح



وتوضح بيانات الجدول رقم (٣٠) توزيع مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة حسب الجدلية الأساسية ، فقد جاءت أساليب (تقديم اقتراحات) في المقدمة بنسبة ٢٧٪، تليها الأساليب النقدية بنسبة ٢٦٪، أما الاتجاه الإطرائي فلم تتجاوز نسبته ١٧٪.

ويمكن اعتبار هذه النتيجة اتجاهاً ملموساً نحو النضج والمعالجة الموضوعية التي تتفق مع أساسيات المهنية الإعلامية، بعد أن كان السائد في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي غلبة الاتجاهات الإطرائية على الاتجاهات النقدية (القرني،١٤٢٤هـ)، وغياب البعد النقدي والتقويمي (الشلهوب، ١٤٢٥هـ).

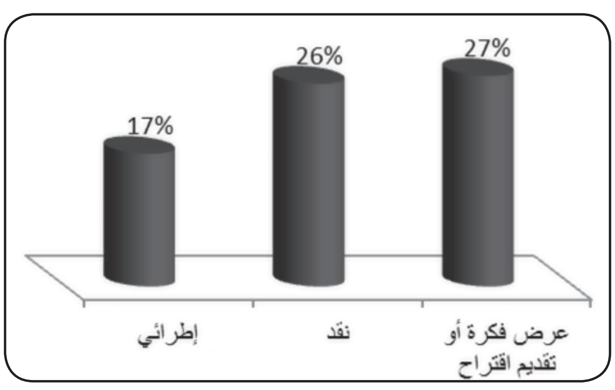
جدول رقم (٣٠)

توزيع مادة الرأيحسب الجدلية الأساسية

الجدلية الأساسية	العدد	النسبة المئوية
عرض فكرة أو تقديم اقتراح	٥١٥	٪٢٧
نقد	٥٠٣	٪٢٦
إطرائي	٣٢٣	٪١٧
غير محدد	٤	٪٠
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٢٧)

توزيع مادة الرأي حسب الجدلية الأساسية



وتوضح نتائج الجدول رقم (٣١) توزيع مقالات الرأي التي شملها التحليل حسب أسلوب المعالجة، فقد جاء في المقدمة (الأسلوب المشترك) الذي يجمع بين الأسلوب الإنشائي والمعلوماتي، بنسبة ٤١٪ ، يليه الأسلوب الإنشائي بنسبة ٣٤٪ ، ثم الأسلوب المعلوماتي بنسبة ٢٤٪.

وكانت النتائج الخاصة بتوزيع المادة الصحفية في التحليل العام للصحف حسب أسلوب المعالجة، قد أشارت إلى أن نسبة الأسلوب المعلوماتي في المعالجة الصحفية بنسبة ٤٣٪ - الجدول رقم (١٣) - ويمكن تفسير ذلك بأن التحليل العام للصحف – عينة الدراسة – قد شمل مختلف الفنون التحريرية، وأهمها الأخبار التي تعتمد في المقام الأول على تقديم المعلومات. بينما اتضح من نتائج الجدول (٣١) أن مواد الرأي في الصحافة السعودية – عينة الدراسة – اعتمدت بشكل أكبر على الأسلوب الذي يجمع بين الإنشاء والمعلومات.

وكانت دراسات سابقة مثل دراسة (العجمي، ١٤٢٣هـ) قد أكدت أن الأسلوب الإنشائي له حضور بارز في المقال الصحفي بالصحافة السعودية بنسبة ٤٩٪ ، وقد يكون ذلك مؤشراً على وجود بعض الجذور التاريخية المتعلقة بالنشأة الأدبية للصحافة السعودية ، وما ذهب إليه باحثون آخرون من أن نظام المؤسسات الصحفية يمثل بداية عصر الصحافة الإنشائية (العجمي، ١٤٢٣هـ ، ص١٤٧)

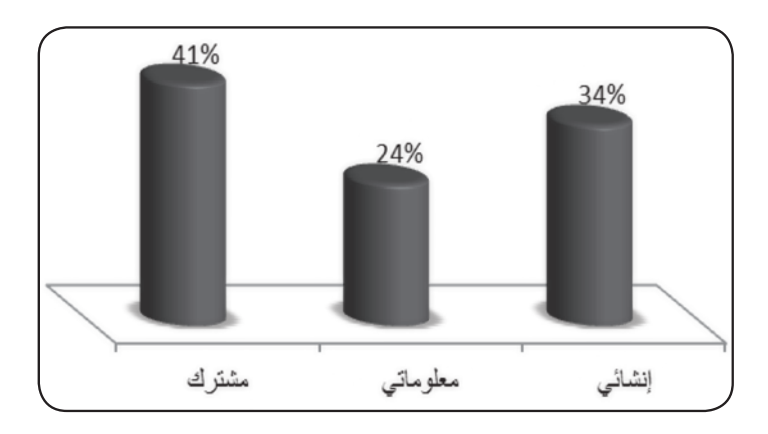
جدول رقم (٣١)

توزيع مادة الرأي حسب أسلوب المعالجة

أسلوب المعالجة	العدد	النسبة المئوية
مشترك	٨٠٣	٤١٪
إنشائي	٦٦٩	٣٤٪
معلوماتي	٤٥٨	٢٤٪
غير محدد أو لم يظهر	١٢	١٪
المجموع	١٩٤٢	١٠٠٪

شكل رقم (٢٨)

توزيع مادة الرأي حسب أسلوب المعالجة



ويتضح من بيانات الجدول رقم (٣٢) توزيع مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة حسب مصدر المادة الصحفية، فقد اعتمد كتّاب تلك المواد بنسبة ٩٤٪ على مصادرهم الذاتية في طرحهم للقضايا والموضوعات التي تضمنتها مقالاتهم، وجاء الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر يستقي منها كتّاب المقالات موضوعاتهم بنسبة ٤٪ فقط .

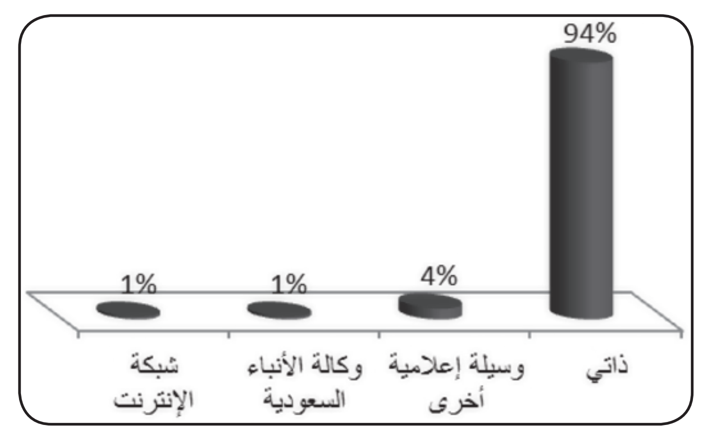
جدول رقم (٣٢)

توزيع مادة الرأي (مقالات الرأي) حسب مصدر المادة

مصدر المادة	العدد	النسبة المئوية
ذاتي	١٨٢٩	٪٩٤
وسيلة إعلامية أخرى	٦٨	٪٤
وكالة الأنباء السعودية	١٤	٪١
شبكة الإنترنت	١٠	٪١
وكالات أنباء دولية أخرى	٨	٪٠
وكالة رويترز	٣	٪٠
وكالات أنباء عربية	١	٪٠
مشترك	١	٪٠
غير محدد	٨	٪٠
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٢٩)

توزيع مادة الرأي (مقالات الرأي) حسب مصدر المادة



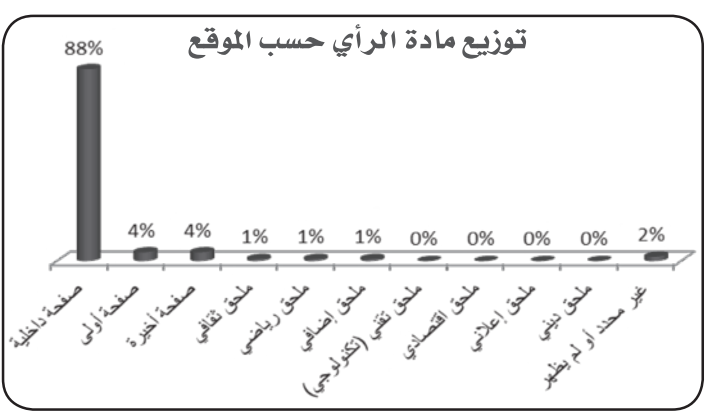
وتوزعت نسبة ٨٨٪ من مقالات الرأي في الصحافة السعودية – عينة الدراسة – في الصفحات الداخلية ، - كما يوضح الجدول رقم (٣٣) – بينما تم نشر الباقي في الصفحات الأولى للصحيفة والصفحات الأولى للملاحق، والأخيرة ، وفي الملاحق المختلفة، بنسب متساوية قدرها ٤٪ لكل منها.

جدول رقم (٣٣)

توزيع مادة الرأي حسب الموقع

الموقع	العدد	النسبة المئوية
صفحة داخلية	١٧١٦	٪٨٨
صفحة أولى	٧٢	٪٤
صفحة أخيرة	٧١	٪٤
ملحق ثقافي	١٥	٪١
ملحق رياضي	١١	٪١
ملحق إضافي	١٠	٪١
ملحق تقني (تكنولوجي)	٤	٪٠
ملحق اقتصادي	٣	٪٠
ملحق إعلاني	١	٪٠
ملحق ديني	١	٪٠
غير محدد أو لم يظهر	٣٨	٪٢
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٣٠)



وتشير بيانات الجدول رقم (٣٤) أن أكثر من نصف مقالات الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – جاءت بدون أي مادة مرئية مصاحبة، وأن ٤١٪ من المقالات كانت مادتها المرئية عبارة عن (صورة شخصية) لكاتب المقال ، بينما استعانت ٦٪ فقط من المقالات بصور للأحداث أو رسوم تشكيلية.

ورصدت دراسة (بيت المال،والسهلي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٤ م) نتائج مشابهة توضح أن المادة المرئية كانت ضئيلة جداً في صفحات الرأي بالصحافة السعودية ، وهو أمر متوقّع، لاعتماد المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب.

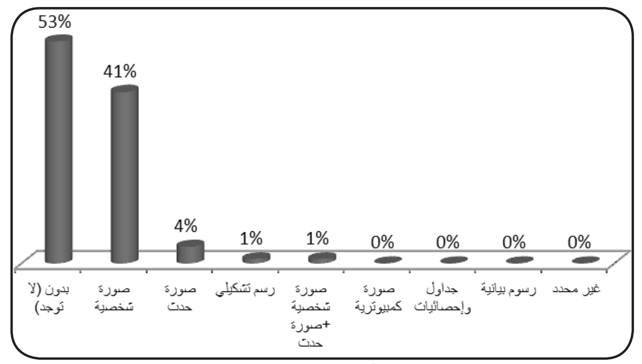
جدول رقم (٣٤)

توزيع مادة الرأي حسب المادة المرئية

المادة المرئية	العدد	النسبة المئوية
بدون (لا توجد)	١٠٣٨	٪٥٣
صورة شخصية	٧٨٩	٪٤١
صورة حدث	٦٨	٪٤
رسم تشكيلي	٢٦	٪١
صورة شخصية +صورة حدث	١٢	٪١
صورة كمبيوترية (جوجل إرث أو	٥	٪٠
جداول وإحصائيات	١	٪٠
رسوم بيانية	١	٪٠
غير محدد	٢	٪٠
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٣١)

توزيع مادة الرأي حسب المادة المرئية



وتوضح نتائج الجدول رقم (٣٥) أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في مقالات الرأي التي شملتها الدراسة بنسبة ٢٥٪ . كما أوضحت نتائج التحليل السابقة في الجدول رقم (١٨) أن ١٩٪ من المواد الصحفية التي شملها التحليل كانت الشخصيات الرئيسة فيها هم المواطنون .

وتعزز هذه النتيجة الاستنتاج السابق الذي توصلت إليه الدراسه في تحليل النتائج العامة عن اتجاه الصحافة السعودية للاهتمام بشكل أكبر بقضايا المواطن ، وجعله المحور الرئيس للمادة الصحفية المنشورة خلال فترة الدراسة (٢٠٠٧م)

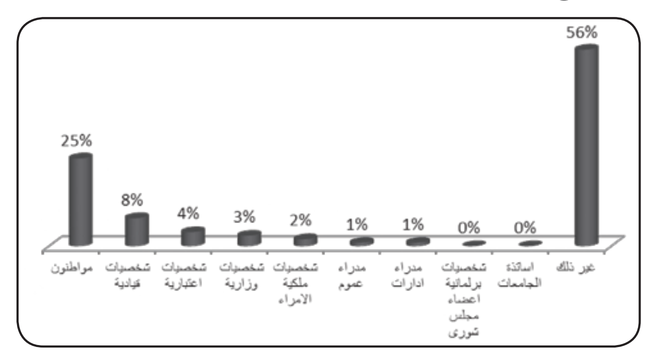
جدول رقم (٣٥)

توزيع مادة الرأي حسب الشخصية الرئيسية في المقال

الشخصية الرئيسية في المقال	العدد	النسبة المئوية
مواطنون	٤٩٢	٪٢٥
شخصيات قيادية : وتشمل (ملك، ولي عهد، رئيس دولة، رئيس حكومة)	١٦٠	٪٨
شخصيات اعتبارية	٧٦	٪٤
شخصيات وزارية وتشمل: (وزراء، نواب وزراء، وكلاء الوزارات)	٥٤	٪٣
شخصيات ملكية الامراء	٤٢	٪٢
مدراء عموم	١٥	٪١
مدراء ادارات	١٠	٪١
شخصيات برلمانية اعضاء مجلس شورى	٤	٪٠
اساتذة الجامعات	٨	٪٠
غيرذلك	١٠٨١	٪٥٦
المجموع	١٩٤٢	٪١٠٠

شكل رقم (٣٢)

توزيع مادة الرأي حسب الشخصية الرئيسية في المقال



وتؤكد نتائج الجدول رقم (٣٦) النتائج السابقة التي أشارت إلى اتجاه الصحافة السعودية إلى التركيز على (المواطن) كشخصية أولى في تغطياتها، والاتجاه الإيجابي في الطرح، فقد أوضحت نتائج تحليل مقالات الرأي أن ربع المقالات استندت إلى أخبار مرتبطة باهتمامات الناس، تليها المقالات التي استندت إلى الأخبار ذات النتيجة الجيدة ، (مثل علاج مرض ما أو إنقاذ من خطر أو كارثة وغير ذلك من الأمور الإيجابية) .تليها المقالات التي ركزت على إبراز أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي **The power Elite**، ثم المقالات التي تناولت موضوعات تتعلق بالمشاهير.

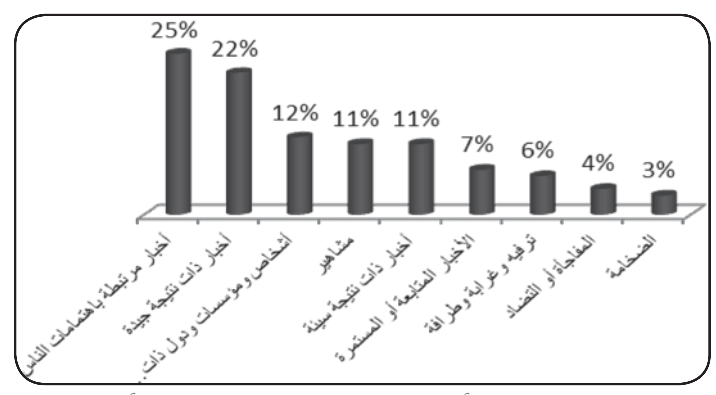
جدول رقم (٣٦)

توزيع مادة الرأي حسب القيم الخبرية

القيم الخبرية	العدد	النسبة المئوية
أخبار مرتبطة باهتمامات الناس	٢٩٠	٪٢٥
أخبار ذات نتيجة جيدة	٢٤٦	٪٢٢
أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي	١٤١	٪١٢
مشاهير	١٢٤	٪١١
أخبار ذات نتيجة سيئة	١٢٥	٪١١
الأخبار المتابعة أو المستمرة	٧٧	٪٧
ترفيه وغرابة وطرافة	٦٣	٪٦
المفاجأة أو التضاد	٤٣	٪٤
الضخامة	٣٤	٪٣
المجموع	١١٤٣	٪١٠٠

شكل رقم (٣٣)

توزيع مادة الرأي حسب القيم الخبرية



وتبين نتائج الجدول رقم (٣٧) أن وضوح اتجاه مقالات الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – وصلت إلى نسبة ٨٦٪ ، واستهدفت دراسات أخرى مثل دراسة (العجمي، ١٤٢٣هـ ، ص١٤٥) قياس الوضوح من خلال معرفة مدى اتفاق عناوين المقالات في الصحافة السعودية مع مضمونها ، وتوصلت إلى أن نسبة ٨١,٥٪ من المقالات تتفق عناوينها مع مضمون مقالاتها.

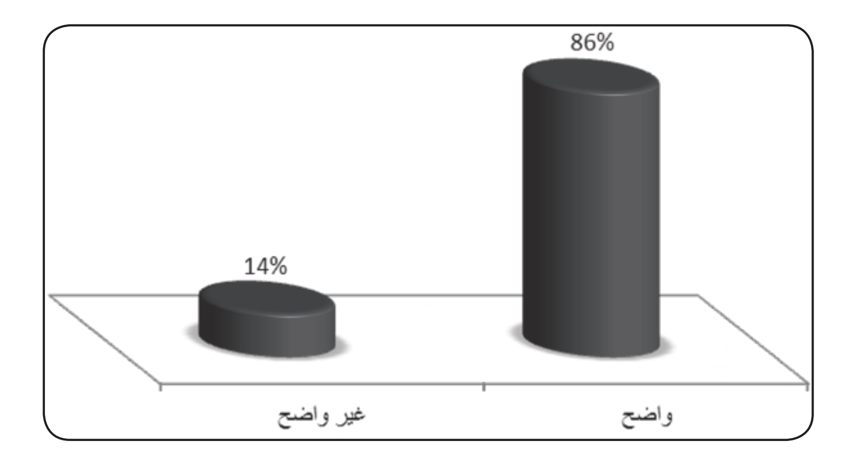
جدول رقم (٣٧)

توزيع مادة الرأي حسب درجة الوضوح

درجة الوضوح	العدد	النسبة المئوية
واضح	١٦٧٤	٨٦٪
غير واضح	٢٦٤	١٤٪
المجموع	١٩٣٨	١٠٠٪

شكل رقم (٣٤)

توزيع مادة الرأي حسب درجة الوضوح



الكاريكاتير:

أما عن النتائج الخاصة بالكاريكاتير ، فتشير بيانات الجدول رقم (٣٨) أن رسوم(الكاريكاتير) في الصحف السعودية - عينة الدراسة-اهتمت بالموضوعات الاجتماعية بنسبة ٢٦٪ ، تليها رسوم الكاريكاتير التي تناولت الشأن السياسي، ثم الشأن الاقتصادي .

وتضع هذه النتيجة تأكيداً جديداً على اهتمام الخطاب الصحفي السعودي مؤخراً بالشأن الاجتماعي أكثر من غيره ، وهو ما أكدته أيضاً نتائج التحليل العام لمجموع المواد الصحفية، وكذلك في تحليل مقالات الرأي.

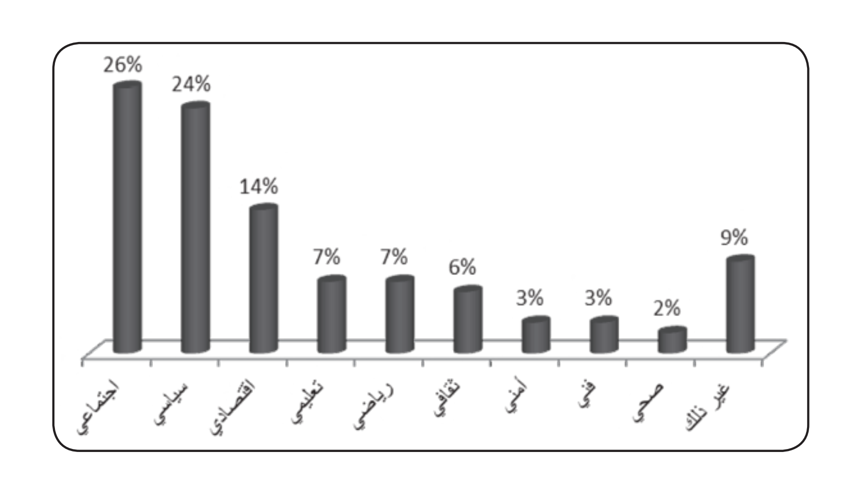
جدول رقم (٣٨)

توزيع الكاريكاتير حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	العدد	النسبة المئوية
اجتماعي	٥٢	٪٢٦
سياسي	٤٨	٪٢٤
اقتصادي	٢٨	٪١٤
تعليمي	١٤	٪٧
رياضي	١٣	٪٧
ثقافي	١٢	٪٦
أمني	٥	٪٣
فني	٥	٪٣
صحي	٤	٪٢
غير ذلك	١٨	٪٩
المجموع	١٩٩	٪١٠٠

شكل رقم (٣٥)

توزيع الكاريكاتير حسب الموضوعات العامة



ويوضح الجدول رقم (٣٩) أن الموضوعات السياسية وموضوعات التسلية والترفيه جاءت في مقدمة الموضوعات التي يتناولها الكاريكاتير في الصحافة السعودية، وفصّلت النتائج أيضاً طبيعة القضايا الاجتماعية في الكاريكاتير عام ٢٠٠٧ ، إذ توزعت بين قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة.

والملاحظ في الموضوعات الخاصة بالكاريكاتير أيضاً أن موضوعات الترفيه والتسلية حظيت بنسبة ١٣٪ ، وهو ما يعادل تقريباً ثلاثة أضعاف اهتمام المواد الصحافية إجمالاً بتلك الموضوعات (الجدول رقم ٦) ، وضعفي اهتمام مقالات الرأي (جدول رقم ٢٤) ، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة فن الكاريكاتير، كفن ساخر، يتميز بالأسلوب الناقد الذي يمزج النقد اللاذع بروح الفكاهة والمرح.

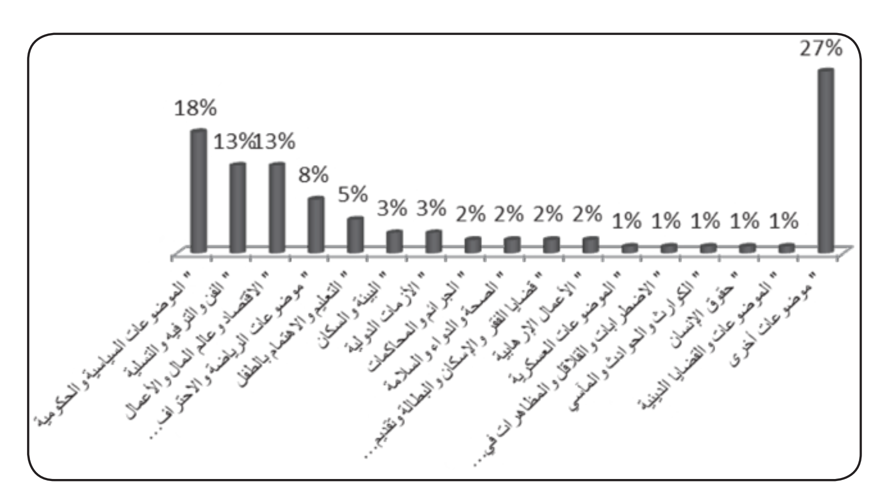
جدول رقم (٣٩)

توزيع الكاريكاتير حسب المادة الصحفية المفضلة

موضوعات المادة الصحفية المفضلة	العدد	النسبة المئوية
الموضوعات السياسية والحكومية	٣٦	١٨٪
الترفيه والتسلية	٢٦	١٣٪
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٢٥	١٣٪
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	١٦	٨٪
التعليم والاهتمام بالطفل	١٠	٥٪
البيئة والسكان	٦	٣٪
الأزمات الدولية	٥	٣٪
الجرائم والمحاكمات	٤	٢٪
الصحة والدواء والسلامة	٤	٢٪
قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات	٤	٢٪
الأعمال الإرهابية	٣	٢٪
الموضوعات العسكرية	٢	١٪
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول	٢	١٪
الكوارث والحوادث والمآسي	١	١٪
حقوق الإنسان	١	١٪
الموضوعات والقضايا الدينية	١	١٪
موضوعات أخرى	٥٣	٢٧٪
المجموع	١٩٩	١٠٠٪

شكل رقم (٣٦)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة الصحفية المفضلة



وتشير بيانات جدول رقم (٤٠) حول توزيع المادة الصحفية (الكاريكاتير) حسب القطاع الإداريأن ٦٠٪ من الكاريكاتير المنشورة في الصحف السعودية (عينة الدراسة) كان ضمن فئة (عام) التي تشير إلى الموضوعات التي تهم المملكة بشكل عام، ، تليها الموضوعات الخارجية ، ثم الموضوعات الخاصة بمدينة الرياض.

ولمتختلف هذه النتيجة عن نتائج التحليل العام – في الجدول رقم (٨) – ونتائج تحليل مقالات الرأي–في الجدول رقم (٢٦) – في تصدّر القطاعات العامة (التي تشمل المملكة بشكل عام) و (الخارجية) المركز الأول والثاني، في ما جاءت القضايا الخاصة بمدينة (الرياض) العاصمة في المركز الثالث.

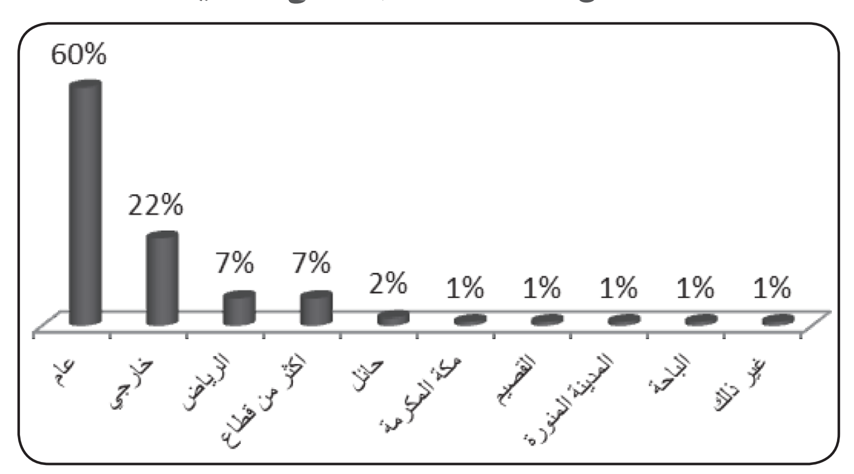
جدول رقم (٤٠)

توزيع الكاريكاتير حسب القطاع الإداري

القطاع الإداري	العدد	النسبة المئوية	القطاع الإداري	العدد	النسبة المئوية
عام	١١٩	٦٠٪	مكة المكرمة	١	١٪
خارجي	٤٣	٢٢٪	القصيم	١	١٪
الرياض	١٤	٧٪	المدينة المنورة	١	١٪
اكثر من قطاع	١٤	٧٪	الباحة	١	١٪
حائل	٤	٢٪	غير ذلك	١	١٪
المجموع				١٩٩	١٠٠٪

شكل رقم (٣٧)

توزيع الكاريكاتير حسب القطاع الإداري



يتضح لنا من بيانات الجدول رقم (٤١) حول توزيع المادة الصحفية (الكاريكاتير) حسب الاتجاه، أن الاتجاه الإيجابي مازال في المقدمة، رغم الزيادة النسبية للاتجاه السلبي في نتائج تحليل الكاريكاتير. إذ تشير النتائج إلى زيادة نسبية للاتجاه السلبي، من ١١٪ في التحليل الإجمالي للمواد الصحفية (جدول رقم ١٠) إلى ١٤٪ في مقالات الرأي (جدول رقم ٢٨)، إلى ٢٥٪ في رسوم الكاريكاتير (جدول رقم ٤٠).

و تراجع الاتجاه الإيجابي من ٦١٪ في التحليل الإجمالي السابق إلى ٥٣٪ في مقالات الرأي، إلى ٣٨٪ فقط في رسوم الكاريكاتير. وتتفق هذه النتائج مع المؤشرات العلمية السابقة التي ساقتها دراسات أخرى مثل: دراسة (الدعيلج، ١٤٢٥هـ) التي أوضحت نتائجها أن الكاريكاتير في الصحف السعودية يسلط الضوء على نقد السلوكيات الخاطئة، ودراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحافة السعودية تتجه إيجابياً في الغالب، بينما تتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها، ودراسة (نجادات، وعلاونة، ٢٠٠٨م) التي خلصت إلى أن غالبية الرسوم الكاريكاتيرية تحمل قيماً سلبية، وتتبنى اتجاهات ومواقف معارضة.

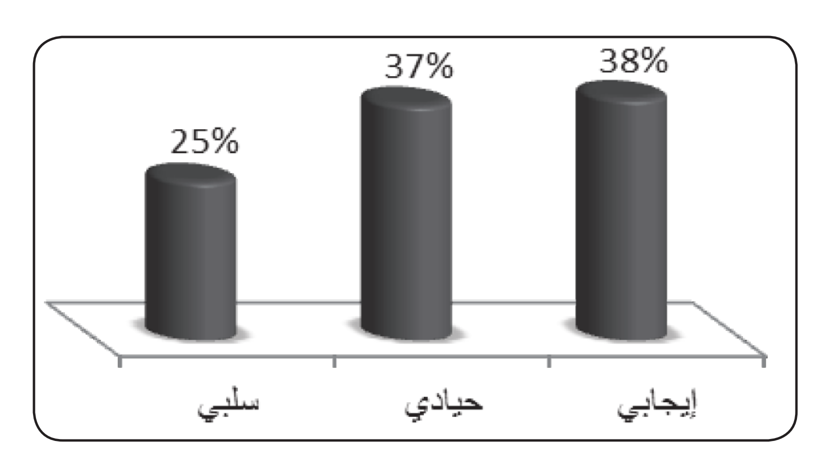
جدول رقم (٤١)

توزيع الكاريكاتير حسب اتجاه المادة

اتجاه المادة الإخبارية	العدد	النسبة المئوية
إيجابي	٧٦	٣٨٪
حيادي	٧٣	٣٧٪
سلبي	٥٠	٢٥٪
المجموع	١٩٩	١٠٠٪

شكل رقم (٣٨)

توزيع الكاريكاتير حسب اتجاه المادة



الإعلان:

وتوضح نتائج الدراسة سمات المادة الإعلانية في الصحافة السعودية – عينة الدراسة-، حيث أشارت النتائج إلى أن الإعلانات احتلت المركز الثاني بعد الأخبار في التحليل بنسبة ٢١٪ - (الجدول رقم ٤)

ولأن الدراسة التحليلية أخذت بأسلوب القياس حسب (التكرار) فإن نسبة الإعلانات كانت أقل من المتوقع، إذا أن أسلوب تحليل المادة الصحفية حسب (المساحة) قد يعطي الإعلانات نسبة أكبر ، وهو ما يتفق مع الاستنتاجات التي خلصت إليها دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢م) التي تتبع تتطور الخطاب الصحفي السعودي خلال ثلاثة عقود، من أن التناقص الكبير في نسبة المادة الإخبارية جاء لصالح تنامت صاعدي للمادة الإعلانية في الصحافة السعودية، فقد كان حضور الإعلان ضعيفاً بنسبة ٥٪ فيالعشرينياتإلىأنوصلإلىأكثرمن ٥٠٪ فيالتسعينيات. وأظهرت الدراسة الحجم الكبير للمادة الإعلانية في الصحافة السعودية، واعتبرته مؤشراً قويًا على الحجم الكبير للسوق الاقتصادي في المملكة،والاعتماد الكبير لوسائل الإعلام المطبوعة على المورد الإعلاني.

وتوضح نتائج الجدول رقم (٤٢) أن نصف الإعلانات المنشورة في الصحف السعودية - عينة الدراسة - كانت إعلانات تجارية خاصة بالشركات والمؤسسات، مقابل ١٥٪ إعلانات مبوبة ، تليها إعلانات المناسبات (تعزية- تهنئة- ترقية- ترحيب- شكر)، ثم الإعلانات الحكومية. وتقترب هذه النتيجة من نتائج الدراسة التحليلية التي أجراها مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام،(ضمن الدراسات التأسيسية لصحيفة الوطن السعودية، ١٤١٨هـ/ ١٩٩٧م) والتي كشفت أنحوالي ٤٠٪ من الإعلانات الصحفية في عينة من الصحف السعودية والعربية والدولية كانت إعلانات تجارية عنسلععينية،وكان ٢٤٪ منها عن خدمات تجارية مختلفة بينما كانت بقية النسبة للإعلانات الشخصية والإعلانات المبوبة.

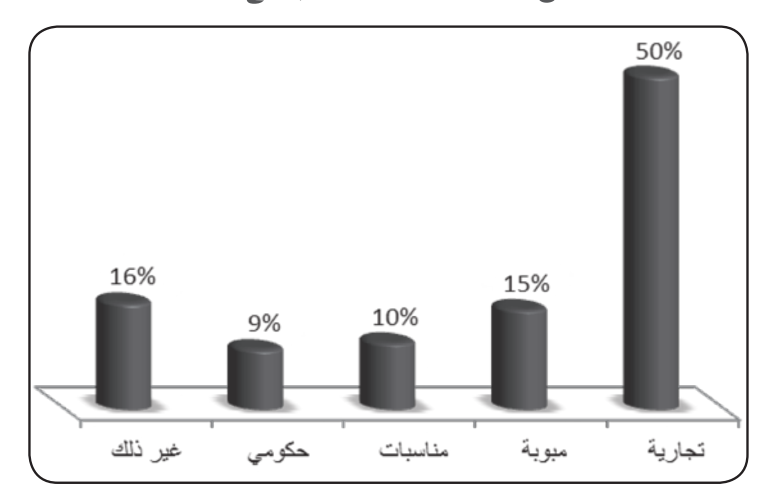
جدول رقم (٤٢)

توزيع المادة الإعلانية حسب نوع الإعلان

نوع الإعلان	العدد	النسبة المئوية
تجارية (شركات، مؤسسات).	١٥٩٩	٪٥٠
مبوبة (شخصية)- تجاري	٤٦٩	٪١٥
مناسبات (تعزية، تهنئة، ترقية، ترحيب، شكر)	٣١٧	٪١٠
حكومي	٣٠٤	٪٩
غيرذلك	٥٢٧	٪١٦
المجموع	٣٢١٦	٪١٠٠

شكل رقم (٣٩)

توزيع المادة الإعلانية حسب نوع الإعلان



وحسب بيانات الجدول رقم (٤٣) فقد كانت ٦٩٪ من الإعلانات التي نشرتها الصحف السعودية خلال فترة الدراسة ، هي إعلانات عن (العطور، مكياج، أزياء، ملابس نسائية) ، تليها إعلانات المستشفيات والمستوصفات والمراكز الصحية بنسبة ٧٪، ثم إعلانات العقارات ، واستقدام العمالة بنسبة ٥٪ لكل منهما.

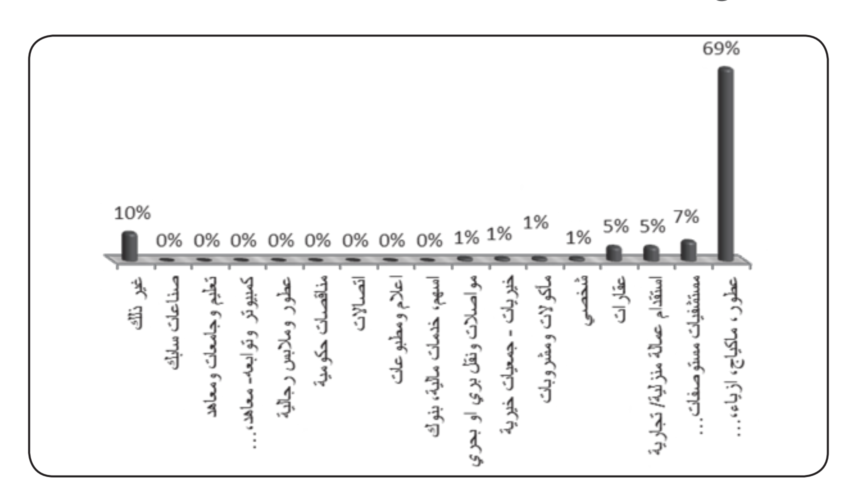
جدول رقم (٤٣)

توزيع المادة الإعلانية حسب مضمون الاعلان- الموضوعات العامة

مضمون الاعلان – الموضوعات العامة	العدد	النسبة المئوية
عطور، ماكياج، ازياء، وملابس نسائية	٢٢٢٧	٪٦٩
مستشفيات مستوصفات مراكز صحية	٢١٢	٪٧
استقدام عمالة منزلية / تجارية	١٧٤	٪٥
عقارات	١٦١	٪٥
شخصي	٢٢	٪١
مأكولات ومشروبات	٢١	٪١
خيريات - جمعيات خيرية	١٨	٪١
مواصلات ونقل بري او بحري	١٧	٪١
اسهم، خدمات مالية، بنوك	٨	٪٠
اعلام ومطبوعات	٨	٪٠
اتصالات	٧	٪٠
مناقصات حكومية	٦	٪٠
عطور وملابس رجالية	٥	٪٠
كمبيوتر وتوابعه- معاهد، مراكز تدريس الكمبيوتر	٤	٪٠
تعليم وجامعات ومعاهد	٤	٪٠
صناعات سابك	١	٪٠
غيرذلك	٣٢١	٪١٠
المجموع	٣٢١٦	٪١٠٠

شكل رقم (٤٠)

توزيع المادة الإعلانية حسب مضمون الاعلان- الموضوعات العامة



وتوزعت الإعلانات الخاصة بالمناسبات في الصحف – عينة الدراسة – كما يوضح الجدول رقم (٤٤) – بين إعلانات الترحيب التي تجاوزت نسبتها ثلث إعلانات المناسبات، واحتلت اعلانات التهنئات ، والتعازي ما نسبته ٤٦٪ من إعلانات المناسبات ، تليها إعلانات الشكر، والترقية.

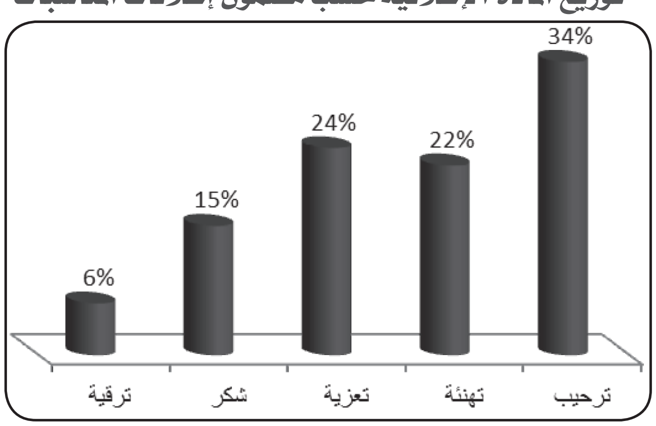
جدول رقم (٤٤)

توزيع المادة الإعلانية حسب مضمون إعلانات المناسبات

مضمون إعلانات المناسبات	العدد	النسبة المئوية
ترحيب	١٠٣	٣٤٪
تهنئة	٦٧	٢٢٪
تعزية	٧٤	٢٤٪
شكر	٤٦	١٥٪
ترقية	١٧	٦٪
المجموع	٣٠٧	١٠٠٪

شكل رقم (٤١)

توزيع المادة الإعلانية حسب مضمون إعلانات المناسبات



وتوضح بيانات الجدول رقم (٤٥) أن الإعلانات عن الخدمات في الصحف السعودية – عينة الدراسة – أكثر من إعلانات السلع ، وتختلف هذه النتيجة مع مؤشرات بحثية سابقة كشفت أنالإعلانات التجارية عن السلع العينية في مجموعة من الصحف السعودية والعربية والدولية بلغت تقريباً ضعف الإعلانات عن الخدمات التجارية المختلفة (مركز أسبار، الدراسات التأسيسية لصحيفة الوطن السعودية، ١٤١٨هـ ١٩٩٧م) ..وتفتح النتيجة السابقة مجالاً واسعاً لجهود بحثية يمكن أن تقدم تفسيرات مفصلة عن تطور سوق الإعلانات في المملكة العربية السعودية في السنوات الأخيرة، واتجاه الصحف نحو إعلانات الخدمات في الآونة الأخيرة، وارتباط ذلك بحجم سوق الخدمات والسلع في المملكة.

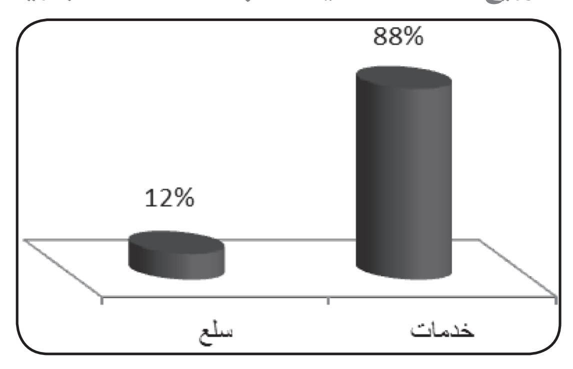
جدول رقم (٤٥)

توزيع المادة الإعلانية حسب الإعلانات التجارية

اعلانات تجارية	العدد	النسبة المئوية
خدمات	٢٣	٨٨٪
سلع	٣	١٢٪
المجموع	٢٦	١٠٠٪

شكل رقم (٤٢)

توزيع المادة الإعلانية حسب الإعلانات التجارية



وتوضح بيانات الجدول رقم (٤٦) توزيع الإعلانات الصحفية المبوبة، إذ تشير إلى أن الإعلانات التجارية المبوبة تبلغ أربعة أضعاف حجم الإعلانات المبوبة الشخصية في الصحف السعودية – عينة الدراسة – .

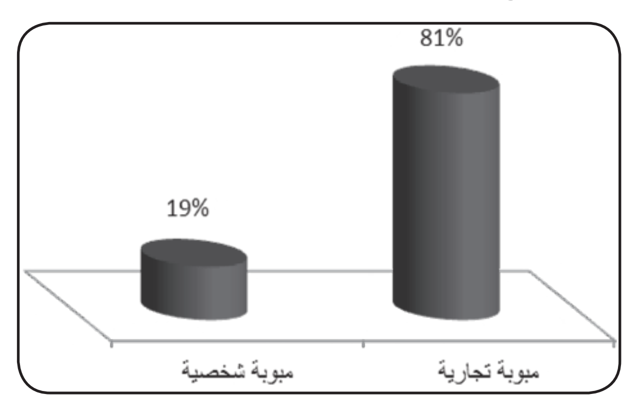
جدول رقم (٤٦)

توزيع المادة الإعلانية حسب الإعلانات المبوبة

اعلانات مبوبة	العدد	النسبة المئوية
مبوبة تجارية	٣٣٠	٪٨١
مبوبة شخصية	٧٥	٪١٩
المجموع	٤٠٥	٪١٠٠

شكل رقم (٤٣)

توزيع المادة الإعلانية حسب الإعلانات المبوبة



التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة) بشكل عام

وفي التحليل المقارن للموضوعات التي تضمنتها الصحافة السعودية – عينة الدراسة – يوضح الجدول رقم (٤٧) أن الصفحات الداخلية قد استحوذت على النسبة الأكبر للمواد الصحفية في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٦٢٪ (كما في صحيفة الرياض) و ٩٣٪ (كما في صحيفة عكاظ) . كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن الصفحات الداخلية في جميع الصحف قد تضمنت ٧٨٪ من المواد الصحفية التي شملها التحليل (جدول رقم ١٥)

أما المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأول – كما يوضح الجدول رقم ٤٧ – فقد تراوحت بين ٤٪ (كما في عكاظ) و١٩٪ (كما في صحيفة اليوم)، بينما أشارت النتائج الإجمالية أن الصفحات الأول في جميع الصحف قد تضمنت ١١٪ من المواد الصحفية التي شملها التحليل خلال فترة الدراسة (جدول رقم ١٥)

وتشير نتائج الجدول رقم ٤٧ أيضاً إلى أن المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأخيرة قد تراوحت بين ٣٪ (صحيفة الجزيرة) و١١٪ (صحيفة الرياض) ، وكانت النتائج الإجمالية (الجدول رقم ١٥) قد أشارت إلى أن الصفحات الأخيرة في جميع الصحف قد تضمنت ٣٪ من إجمالي المواد الصحفية التي شملها التحليل.

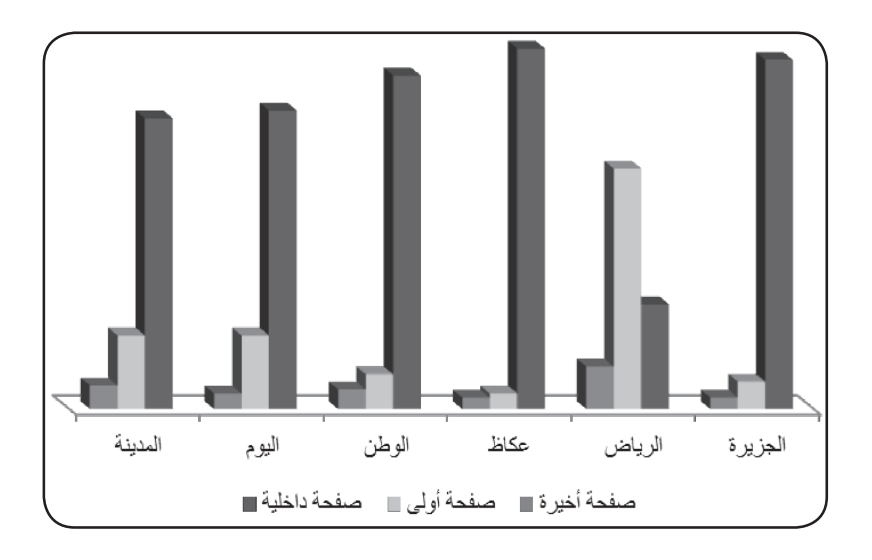
جدول رقم (٤٧)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع وحسب الصحيفة

الموقع	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صفحة داخلية	٢٧٩٠	٩٠٪	٣٤٧	٦٢٪	٢٣٥٥	٩٣٪	٢٥٢٢	٨٦٪	١٥٤٤	٧٧٪	١٠٩١	٧٥٪
صفحة أولى	٢٢٥	٧٪	١٥٠	٢٧٪	١٠٤	٤٪	٢٧٨	٩٪	٣٨٣	١٩٪	٢٧٢	١٩٪
صفحة أخيرة	٨٠	٣٪	٦١	١١٪	٦٨	٣٪	١٤٠	٥٪	٧٨	٤٪	٨٨	٦٪
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٥٥٨	١٠٠	٢٥٢٧	١٠٠	٢٩٤٠	١٠٠	٢٠٠٥	١٠٠	١٤٥١	١٠٠

شكل رقم (٤٤)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع وحسب الصحيفة



يوضح الجدول رقم (٤٨) أن الأخبار جاءت في المركز الأول في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٥٨٪ (كما في صحيفة الرياض) و٧٥٪ تقريباً (كما في صحيفة المدينة) . كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن نسبة الأخبار وصلت إلى ٦٣٪ من المواد الصحفية التي شملها التحليل (جدول رقم٤).

أما الإعلانات التي جاءت فيالمرتبةالثانيةبنسبة ٢١٪ من إجمالي المواد الصحفية في جميع الصحف التي شملتها الدراسة (جدول رقم٤) ، فقد تراوحت نسبتها بين ١٠٪ (صحيفة المدينة) و٣٢٪ تقريباً (عكاظ) .

وهي مؤشرات يبدو أنها لم تتغير كثيراً منذ سنوات طويلة، فقد أشارت دراسة (عبدالحميد، ١٤٠٩، ص١٠١) إلى طغيان الإعلانات على المواد التحريرية في صحيفتي (الرياض) و (عكاظ)، ودراسة (العسكر، ١٤١٧هـ، ص٤٦) التي توصلت إلى طغيان الإعلان في الصفحة الأولى في عدد من الصحف السعودية، وزيادته عن النسبة المعتادة، ووصولا لزيادة إلى أكثر من نصف الصفحة في بعض الصحف، حيث وصلت نسبة الإعلانات لأكثر من نصف الصفحة إلى ٤٣,٣٪ في أعداد صحيفة

(الرياض) ،تليها (عكاظ) بنسبة ٣٠٪. ويمكن تفسير الزيادة الملحوظة في نسبة الإعلانات بصحيفة (عكاظ) مثلاً إذا قارنا إجمالي عدد صفحات (عكاظ) بصحف أخرى مثل (الجزيرة). وبالتالي يتضح أن نسبة الإعلانات في (عكاظ) مرتفعة نسبةً إلى المواد التحريرية في ذات الصحيفة فقط.

أما مقالات الرأي فقد تراوحت نسبتها بين ٩٪ تقريباً (عكاظ)، و١٧,٥٪ (الجزيرة) – كما توضح نتائج الجدول رقم ٤٨ – ، وتراوحت نسبة الكاريكاتير بين أقل من ١٪ (الرياض – عكاظ) و ٢٪ (الجزيرة – الوطن) .

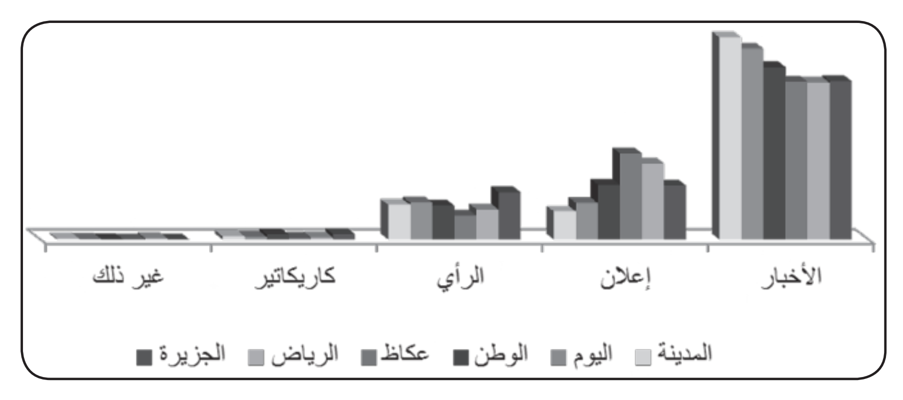
جدول رقم (٤٨)

توزيع المادة الصحافية حسب شكل المادة وحسب الصحيفة

شكل المادة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الأخبار	١٨١١	٥٨,٥	١٤٣٠	٥٨,٠	١٤٩١	٥٨,٣	١٩٩٤	٦٣,٧	١٤٨٤	٧٠,٥	١٢٩٢	٧٤,٧
إعلان	٦١٦	١٩,٩	٦٩٣	٢٨,١	٨١٢	٣١,٨	٦٣١	٢٠,٢	٢٨٥	١٣,٥	١٧٩	١٠,٣
الرأي	٥٤٢	١٧,٥	٢٧٣	١١,١	٢٢٥	٨,٨	٣٩٢	١٢,٥	٢٨٩	١٣,٧	٢٢١	١٢,٨
كاريكاتير	٦٢	٢,٠	٢٠	٠,٨	١٥	٠,٦	٦١	١,٩	٢٠	١	٢١	١,٢
غير ذلك	٠	٠	١٢	٠,٥	١	٠	٣	٠,١	٧	٠,٣	٧	٠,٤
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٤٥)

توزيع المادة الصحافية حسب شكل المادة وحسب الصحيفة



وتؤكد نتائج الجدول رقم (٩٤) أن الاهتمامات المحلية قد طغت على كل المواد الصحفية في جميع الصحف السعودية – عينة الدراسة – وتراوحت نسبة الموضوعات المحلية بين ٢٧٪ (الوطن) و ٣٨٪ (عكاظ).

أما الإطار الجغرافي العربي والدولي، فقد حظي بنسبة تقل عن ١٠٪ من تناولات معظم الصحف التي شملتها الدراسة. ولم يتجاوز حجمٍ الاهتمام بالإطار الخليجي العربي نسبة ٣٪ . ، وكانت صحيفة (المدينة) أكثر تناولاً للشأن الإسلامي بنسبة ٣٪ من إجمالي المواد الصحفية التي نشرتها خلال فترة الدراسة.

وبحسب التحليل السابق للبيانات الواردة في جدول (٧) ، فقد جاءت الموضوعات المحلية في المقدمة وفق توزيع المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية – عينة البحث- حسب الإطار الجغرافي بنسبة ٧٨٪، وتشير هذه النتيجة إلى سمة (المحلية) كإحدى سمات شخصية الصحافة السعودية التي تتحدد من خلالٍ درجة الاهتمامات التي تعطيها للمحور المحلي والدولي للموضوعات، وتعتبر مؤشراً إلى أن سوق الصحافة الوطنية في المملكة العربية السعودية بدأ يتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية . (القرني ، ٢٠٠٢) .

أما عن بروز الموضوعات العربية في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة (٢٠٠٩) مقابل اهتمام أقل بالموضوعات التي تناولت الإطار الجغرافي الخليجي ، فيمكن تفسيره – كما سبقت الإشارة - بتوقيت إجراء الدراسة الذي شهد أحداثاً وتطورات مهمة في الساحة العربية عام ٢٠٠٧ ، ربماتكون قد طغت على الشأن الخليجي.

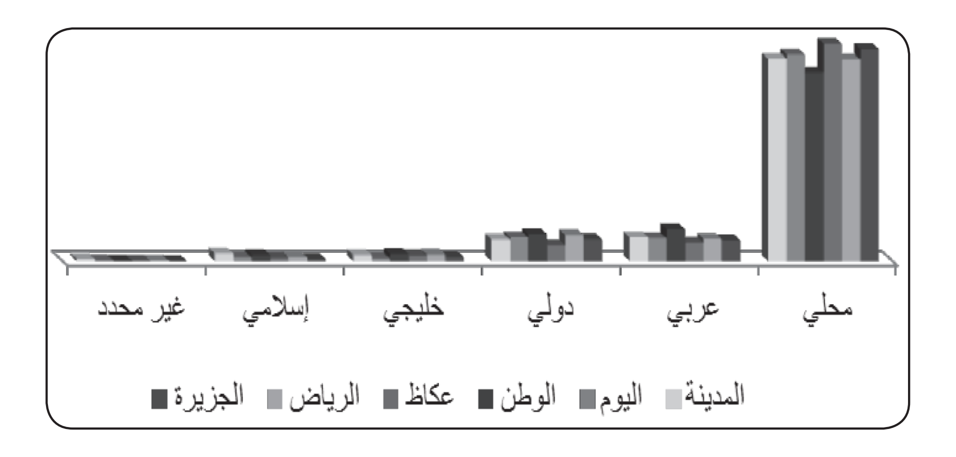
جدول رقم (٤٩)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع وحسب الصحيفة

الإطار الجغرافي	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
محلي	٢٥١٠	٨١,١	١٩٠٤	٧٧,٢	٢١٢٤	٨٣,١	٢٢٥٣	٧٢,٠	١٦٦٤	٧٩	١٣٣٩	٧٧,٤
عربي	٢٤٨	٨,٠	٢١٠	٨,٥	١٨١	٧,١	٣٨٣	١٢,٢	١٨٦	٨,٨	١٥٨	٩,١
دولي	٢٥٩	٨,٤	٢٤٦	١٠,٠	١٥٦	٦,١	٣٢٦	١٠,٤	١٩١	٩,١	٪٢,٠	٨,٣
خليجي	٤٩	١,٦	٦٥	٢,٦	٥٨	٢,٣	٨٧	٢,٨	٢٦	١,٢	٤١	٢,٤
إسلامي	٢٩	٠,٩	٣٦	١,٥	٣٢	١,٣	٧٥	٢,٤	٣٢	١,٥	٣٤	٣
غير محدد	٠	٠	٤	٠,٢	٥	٠,٢	٥	٠,٢	٦	٠,٣	١٤	٠,٨
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٤٦)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع وحسب الصحيفة



ويتضح من بيانات الجدول رقم (٥٠) أن أكثر من ٥٠٪ من المواد الصحفية في كل الصحف التي شملتها الدراسة (ما عدا صحيفة الوطن) كانت مصحوبة بمادة مرئية مثل الصور الشخصية وصور من مواقع الحدث، وبدرجة أقل الأشكال التوضيحية والرسوم البيانية والجداول والإحصاءات.

وسجلت الصور الشخصية ، النسبة الأعلى في صحيفة المدينة (٣٠٪ تقريباً) ، بينما كان الحضور الأفضل للصور من موقع الأحداث في صحيفة الوطن (٢٢٪).

وتشير النتائج السابقة إلى المدى الذي استطاعت الصحافة السعودية من خلاله مواكبة الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، وخاصة في الجوانب الفنية المتعلقة بتوظيف (الجرافيكس)، وزيادة استخدام المواد المرئية المختلفة.

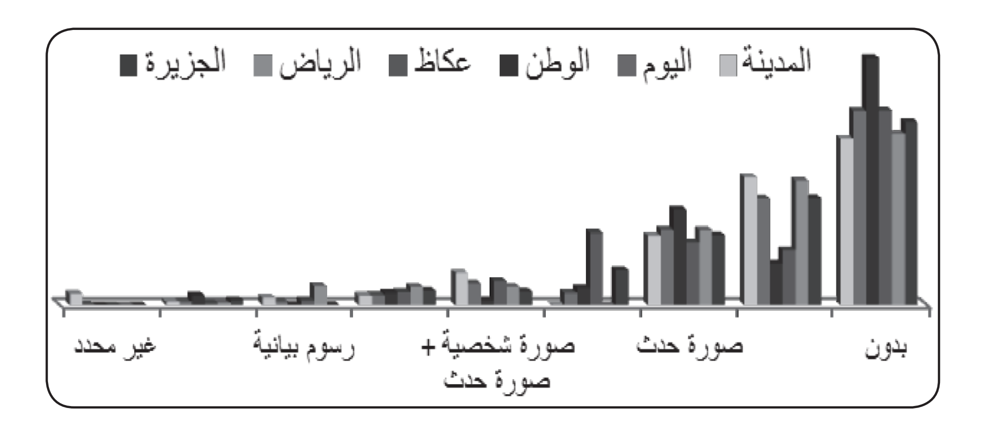
جدول رقم (٥٠)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة المرئية وحسب الصحيفة

المادة المرئية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدون	١٣١٨	٤٢,٦	٩٨٢	٣٩,٨	١١٥٨	٤٥,٣	١٧٩٩	٥٧,٥	٩٥٢	٤٥,٢	٦٧٠	٣٨,٧
صورة شخصية	٧٧٢	٢٤,٩	٧١٥	٢٩,٠	٣٢٧	١٢,٨	٣٠٣	٩,٧	٥٢٢	٢٤,٨	٥١٦	٢٩,٨
صورة حدث	٥٠٥	١٦,٣	٤٣١	١٧,٥	٣٧٣	١٤,٦	٦٩٧	٢٢,٣	٣٧٠	١٧,٦	٢٨٠	١٦,٢
صورة كمبيوترية	٢٥٥	٨,٢	١	٠	٤٣١	١٦,٩	١٢٦	٤,٠	٦١	٢,٩	١	٠,١
صورة شخصية + حدث	٩٨	٣,٢	١٠٦	٤,٣	١٤٥	٥,٧	٣٩	١,٢	١٠٧	٥,١	١٣٠	٧,٥
رسم تشكيلي	١٠٦	٣,٤	١٠٦	٤,٣	٧٨	٣,١	٩٠	٢,٩	٥١	٢,٤	٣٩	٢,٣
رسوم بيانية	٣	٠,١	١١٠	٤,٥	٣١	١,٢	٤	٠,١	١٨	٠,٩	٣٢	١,٨
جداول وإحصائيات	٣٨	١,٢	١٤	٠,٦	١٣	٠,٥	٧١	٢,٣	١٩	٠,٩	١٦	٠,٩
غير محدد	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٥	٠,٢	٤٦	٢,٧
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٤٧)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة المرئية وحسب الصحيفة



ويتبين من نتائج الجدول رقم (٥١) أن نسبة الاهتمام أو التركيز على القضايا الاقتصادية في الصحف التي شملتها الدراسة، تراوحت بين ٩٪ (الجزيرة) و٣٠٪ تقريباً (عكاظ). بينما تراوحت نسبة الاهتمام بالقضايا الاجتماعية بين ٤٪ (الوطن) و ٣٠٪ (الجزيرة). وتراوحت نسبة الاهتمام بالموضوعات الرياضية بين ١٠٪ (اليوم) و ١٧٪ (المدينة). أما الموضوعات السياسية فتراوحت نسبتها بين ٩٪ (عكاظ) و١٣٪ (الوطن). وإجمالاً يمكن القول ، أن مقارنة اهتمامات الصحف التي شملتها الدراسة تعطي المؤشرات التالية:

- جاءت الموضوعات الاقتصادية في المركز الأول من اهتمامات كل الصحف ، ماعدا صحيفة (الجزيرة) التي أولت اهتماماً أكبر بالموضوعات الاجتماعية .
- جاءت الموضوعات الرياضية في المركز الثاني من اهتمامات (الجزيرة / عكاظ / المدينة) بينما سجلت الموضوعات الثقافية بروزاً افضل في (صحيفة الرياض) وكان الاهتمام الأكبر بقضايا السياسة في (الوطن) .

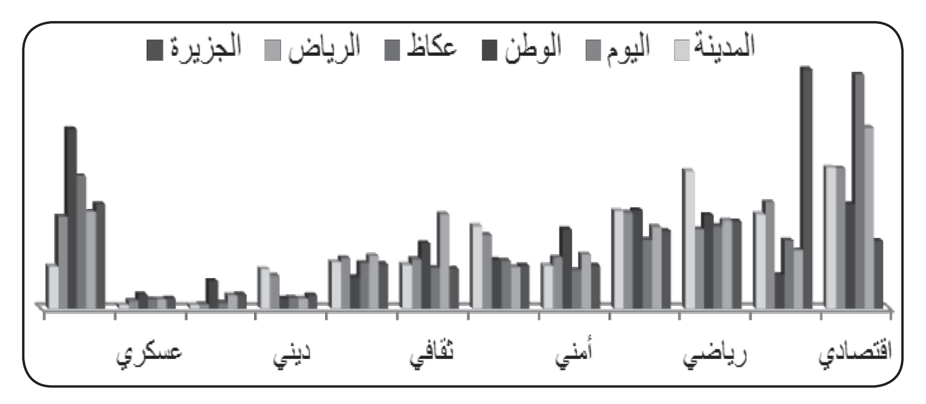
جدول رقم (٥١)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات العامة وحسب الصحيفة

الموضوعات العامة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
اقتصادي	٢٦٦	٨,٦	٥٦٨	٢٣,٠	٧٦٠	٢٩,٧	٤١٦	١٣,٣	٣٧٥	١٧,٨	٣١٠	١٧,٩
اجتماعي	٩٤١	٣٠,٤	١٨٢	٧,٤	٢٢٢	٨,٧	١٣٤	٤,٣	٢٨٤	١٣,٥	٢٠٧	١٢,٠
رياضي	٣٤٥	١١,١	٢٧٦	١١,٢	٢٦٨	١٠,٥	٣٧٣	١١,٩	٢١٢	١٠,١	٣٠٣	١٧,٥
سياسي	٣٠٦	٩,٩	٢٥٦	١٠,٤	٢٢٤	٨,٨	٣٩٢	١٢,٥	٢٥٧	١٢,٢	٢١٥	١٢,٤
أمني	١٧١	٥,٥	١٧٠	٦,٩	١٢٦	٤,٩	٣١٥	١٠,١	١٣٦	٦,٥	٩٥	٥,٥
تعليمي	١٧٠	٥,٥	١٣٠	٥,٣	١٥٥	٦,١	١٩٥	٦,٢	١٩٧	٩,٤	١٨١	١٠,٥
ثقافي	١٥٧	٥,١	٢٩٧	١٢,٠	١٣٤	٥,٢	٢٥٩	٨,٣	١٣٣	٦,٣	٩٧	٥,٦
صحي	١٧٧	٥,٧	١٦٤	٦,٧	١٤٩	٥,٨	١٢٥	٤,٠	١٣٥	٦,٤	١٠٢	٥,٩
ديني	٥٤	١,٧	٣٣	١,٣	٣٥	١,٤	٤٢	١,٣	٨٩	٤,٢	٨٧	٥,٠
فني	٥٧	١,٨	٤٣	١,٧	٢١	٠,٨	١٠٩	٣,٥	١٢	٠,٦	٩	٠,٥
عسكري	٣٩	١,٣	٣٠	١,٢	٣١	١,٢	٥٦	١,٨	٢٢	١,٠	٩	٥.
غيرذلك	٤١١	١٣,٣	٣٠٢	١٢,٣	٤٣٠	١٦,٨	٧١٣	٢٢,٨	٢٤٧	١١,٧	٩٤	٥,٤
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٤٨)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات العامة وحسب الصحيفة



وأكدت نتائج الجدول رقم (٥٢) أن الموضوعات الخاصة بالاقتصاد وعالم المال والاعمال جاءت في المرتبة الأولى في الموضوعات الخاصة المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) .

وكشفت النتائج التفصيلية أيضاً طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت باهتمام الصحافة السعودية في العام ٢٠٠٧،وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، مقابل تراجع واضح في الاهتمام بقضايا الإرهاب والاضطرابات والقلاقل والأزمات، في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي في فترة الدراسة للاهتمام بقضايا التنمية المحلية.

وتراوح الاهتمام بموضوعات الفن والتسلية والترفيه بين ١٪ (عكاظ والمدينة) و٨٪ تقريباً في (الجزيرة والوطن) أما الموضوعات الأخرى مثل (الموضوعات العسكرية / الكوارث والحوادث / الأزمات الدولية/ الاضطرابات والمظاهرات / حقوق الإنسان / الأعمال الإرهابية...) فقد تراوح نسبة الاهتمام بكل منها في معظم الصحف ما بين أقل من ١٪ إلى ٢٪ فقط.

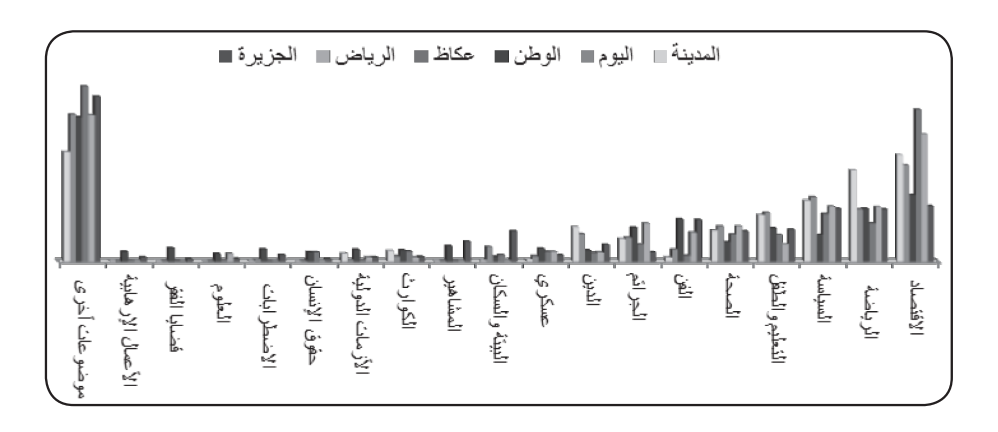
جدول رقم (٥٢)

توزيع المادة الصحافية حسب موضوعات المادة الصحافية الخاصة وحسب الصحيفة

موضوعات الخاصة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٣١٨	١٠,٣	٥٨٠	٢٣,٥	٧١٩	٢٨,١	٣٨٥	١٢,٣	٣٧٥	١٧,٨	٣٤١	١٩,٧
موضوعات الرياضة والاحتراف	٢٩٩	٩,٧	٢٤٩	١٠,١	١٨٢	٧,١	٣٠٧	٩,٨	٢٠٥	٩,٧	٢٩٢	١٦,٩
الموضوعات السياسية والحكومية	٣٠٣	٩,٨	٢٥١	١٠,٢	٢٢٤	٨,٨	١٥٢	٤,٩	٢٥٠	١١,٩	١٩٦	١١,٣
التعليم والاهتمام بالطفل	١٨٣	٥,٩	٧٨	٣,٢	١٢٥	٤,٩	١٩٤	٦,٢	١٨٩	٩,٠	١٤٨	٨,٦
الصحة والدواء والسلامة	١٧٤	٥,٦	١٥٩	٦,٥	١٢٧	٥,٠	١١٣	٣,٦	١٣٧	٦,٥	٩٩	٥,٧
الفن والترفيه والتسلية	٢٣٧	٧,٧	١٣٣	٥,٤	٢٨	١,١	٢٤٣	٧,٨	٤٧	٢,٢	١٤	٠,٨
الجرائم والمحاكمات	٥٣	١,٧	١٧٦	٧,١	٨٣	٣,٢	١٩٨	٦,٣	٩٢	٤,٤	٧٢	٤,٢
الموضوعات والقضايا الدينية	٩٥	٣,١	٤١	١,٧	٤٠	١,٦	٦٧	٢,١	١٠٨	٥,١	١١١	٦,٤
الموضوعات العسكرية	٣٨	١,٢	٤٥	١,٨	٤٧	١,٨	٧٦	٢,٤	٢١	١,٠	٧	٠,٤
البيئة والسكان	١٧٣	٥,٦	٤	٠,٢	٣٠	١,٢	٢٨	٠,٩	٥٦	٢,٧	٤	٠,٢
أخبار المشاهير	١١٥	٣,٧	٣	٠,١	٦	٠,٢	٩١	٢,٩	٢	٠,١	٢	٠,١
الكوارث والحوادث والمآسي	٢٩	٠,٩	٢٠	٠,٨	٤٨	١,٩	٦٦	٢,١	٢٢	١,٠	٣٤	٢,٠
الأزمات الدولية	٢٤	٠,٨	١٣	٠,٨	٨	٠,٣	٧٠	٢,٢	٧	٠,٣	٢٦	١,٥
حقوق الإنسان	١٤	٠,٥	٤	٠,٢	٤٤	١,٧	٥٤	١,٧	٣	٠,١	١	٠,١
الاضطرابا توالقلاقل والمظاهرات	٣٦	١,٢	١	٠	١	٠	٧١	٢,٣	٩	٠,٤	٢	٠,١
العلوم والاكتشافات والمخترعات	١٩	٠,٦	٣٤	١,٤	٧	٠,٣	٤٣	١,٤	١	٠	٠	٠
قضايا الفقر والإسكان والبطالة	١٥	٠,٥	١	٠	٢	٠,١	٧٧	٢,٥	٢	٠,١	١	٠,١
الأعمال الإرهابية	٢٦	٠,٨	٤	٠,٢	٨	٠,٣	٥٧	١,٨	١	٠	٢	٠,١
موضوعات أخرى	٩٤٣	٣٠,٥	٦٦٩	٢٧,١	٨٢٧	٣٢,٤	٨٣٧	٢٦,٧	٥٧٢	٢٧,٢	٣٥٢	٢٠,٣
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٤٩)

توزيع المادة الصحافية حسب موضوعات المادة الصحافية الخاصة وحسب الصحيفة



وتوضح نتائج الجدول رقم (٥٣) أن (المواطن) هو الشخصية الرئيسية الأولى في المواد الصحفية التي نشرتها الصحف – عينة الدراسة – بنسبة تراوحت بين ٩٪ (عكاظ) و٣٣٪ (الرياض)

أما بقية الفئات، المتمثلة في فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية، فلم تتجاوز نسبة المواد الصحفية التي جعلتها مادتها الرئيسة نسبة ١٠٪ في أي من الصحف التي شملتها الدراسة.

وكانت صحيفة (الجزيرة) الأكثر تركيزاً على المادة الصحافية التي تناولت الشخصيات القيادية والملكية (الملك، وولي العهد، الأمراء) بنسبة أكثر من ١٤٪ مقابل ٩٪ في (عكاظ) و ١٢٪ في (الرياض) و (الوطن) و (اليوم)، و ١٣٪ في (المدينة).

جدول رقم (٥٣)

توزيع المادة الصحافية حسب الشخصية الرئيسية في الخبر وحسب الصحيفة

الشخصية الرئيسية في الخبر	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مواطنون	٥٠٠	١٦,٢	٨٠٦	٣٢,٧	٢٣٥	٩,٢	٥١٤	١٦,٤	٣٨٨	١٨,٤	٤٠١	٢٣,٢
شخصيات قيادية	٢٦١	٨,٤	١٨٢	٧,٤	١٠٩	٤,٣	٣٠١	٩,٦	١٣٢	٦,٣	١٢٦	٧,٣
شخصيات ملكية	١٩٢	٦,٢	١٣٢	٥,٤	١٢٢	٤,٨	٩٠	٢,٩	١٢٩	٦,١	٩٨	٥,٧
شخصيات اعتبارية	١٨٣	٥,٩	٩	٠,٤	٣٧	١,٤	٢٩٤	٩,٤	٧١	٣,٤	٢٦	١,٥
شخصيات وزارية	١٦٨	٥,٤	٧٥	٣,٠	١١٥	٤,٥	١٠٠	٣,٢	٨١	٣,٨	٦٣	٣,٦
مدراء عموم	٩٠	٢,٩	٨١	٣,٣	٣٠	١,٢	٤٢	١,٣	٦٨	٣,٢	٥٥	٣,٢
مدراء إدارات	٤٧	١,٥	٩	٤.	٢٧	١,١	٤٢	١,٣	٥٠	٢,٤	٤٢	٢,٤
أساتذة الجامعات	٢٦	٠,٨	٥٩	٢,٤	٨	٠,٣	٢٤	٠,٨	١٠	٠,٥	٨	٠,٥
شخصيات برلمانية	٢١	٠,٧	٧	٠,٣	١٦	٠,٦	١٠	٠,٣	٢١	١,٠	١٥	٠,٩
غير ذلك	١٦٠٧	٥١,٩	١٠٩١	٤٤,٣	١٨٥٧	٧٢,٧	١٧١٠	٥٤,٧	١١٤١	٥٤,٢	٨٦٣	٤٩,٩
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٥٠)

توزيع المادة الصحافية حسب الشخصية الرئيسية في الخبر وحسب الصحيفة



وتؤكد بيانات الجدول رقم (٥٤) أن نسبة المادة الصحافية التي شملتها الدراسة التحليلية واعتمدت فيها الصحف على مصادرها الذاتية تجاوزت نسبة ٦٠٪ في معظم الصحف - عينة الدراسة - ، وكانت (عكاظ) الأكثر اعتماداً على (وسيلة إعلامية أخرى) كمصدر للمادة الإخبارية التي تنشرها ، وكانت (الجزيرة) و (اليوم) أكثر اعتماداً على وكالات الأنباء الدولية.

جدول رقم (٥٤)

توزيع المادة الصحافية حسب مصدر المادة الإخبارية وحسب الصحيفة

مصدر المادة الإخبارية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ذاتي	٢٢٩٤	٧٤,١	١٣٩١	٥٦,٤	١٤٨١	٥٧,٩	١٩٥٧	٦٢,٥	١٦٦٣	٧٩,٠	١٤٤٣	٨٣,٤
وسيلة إعلامية أخرى	١٠	٠,٣	٧٠	٢,٨	٨٧٩	٣٤,٤	٥٧	١,٨	٨	٠,٤	٢١	١,٢
مشترك	٤٥٠	١٤,٥	١٠	٠,٤	٦	٠,٢	١٠٣	٣,٣	١٤١	٦,٧	٢١	١,٢
وكالة الأنباء السعودية	٧٦	٢,٥	١٤٣	٥,٨	٦٣	٢,٥	١١٧	٣,٧	٨٣	٣,٩	٨٦	٥,٠
وكالات أنباء دولية أخرى	١٤٦	٤,٧	٥٠	٢,٠	٢٤	٠,٩	٧٧	٢,٥	٨٠	٣,٨	٢٩	١,٧
وكالة الصحافة الفرنسية	٥٩	١,٩	٦٤	٢,٦	٦٣	٢,٥	٨٠	٢,٦	٣٩	١,٩	١٩	١,١

مصدر المادة الإخبارية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
وكالة رويترز	٥١	١,٦	٥٢	٢,١	٢٤	٠,٩	٨٨	٢,٨	٤٦	٢,٢	١٩	١,١
أنباء عربية	٥	٠,٢	١٥	٠,٦	٠	٠	١٨	٠,٦	١١	٠,٥	٥	٠,٣
شبكة الإنترنت	٢	١.	٢	١.	٩	٤.	٢١	٧.	١	٠.	٣	٢.
الأسوشيتدبرس	١	٠	١	٠	٠	٠	١٢	٠,٤	٠	٠	٢	٠,١
أنباء خليجية	٠	٠	٨	٠,٣	١	٠	٢	٠,١	٠	٠	٠	٠
يونايتد برس	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢	٠,١	٠	٠	٠	٠
غيرذلك	١	٠.	٦٧٢	٢٧,٣	٦	٠,٢	٥٩٥	١٩,٠	٣٣	١,٦	٨٢	٤,٧
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

وتوضح بيانات جدول رقم (٥٥) أن المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) تحت فئة (عام) تراوحت بين نسبة ١٧٪ تقريباً (الرياض) ، و ٤٢٪ تقريباً (الوطن) .

وكانت الموضوعات الخاصة بمدينة الرياض العاصمة أكثر بروزاً في صحيفتي (الرياض) ثم (الجزيرة)، بينما سجلت الموضوعات الخاصة بمكة المكرمة الحضور الأبرز في صحيفتي (المدينة) ثم (عكاظ). وكانت صحيفة (اليوم) الأكثر اهتماماً بالمنطقة الشرقية ، و(الوطن) الأكثر اهتماماً بالمنطقة الجنوبية .

ومع أن ذلك يعتبر متوقعاً ، على أساس مكان الصدور (والقرب المكاني) للصحيفة، ومقرها الرئيس ، إلا أن النتيجة العامة التي تشير إلى أن الموضوعات العامة التي تهم (المملكة إجمالاً) ولا ترتبط بمنطقة أو مدينة معينة ، كانت هي الأبرز بشكل عام، وهو ما يدعم توصيف الصحف الست التي شملتها الدراسة، بأنها صحف وطنية **National**،وهي الصحف التي تصدر لتوزّع على جميع الأفراد في الدولة، دون

انتماء لإقليم أو محافظة معينة، وهي بذلك تختلف عن الصحف المحلية أو الأقليمية **Regional / Local** وهي الصحف التي تصدر ليغطي توزيعها إقليماً أو محافظة أو منطقة معينة ..(عبدالحميد، ١٤٠٩،ص٢٤١)

جدول رقم (٥٥)

توزيع المادة الصحافية حسب القطاع الإداري وحسب الصحيفة

القطاع الإداري	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عام	٨٣٦	٢٧,٠	٤٠٧	١٦,٥	٥٠٠	١٩,٦	١٣٠٥	٤١,٧	٥١٥	٢٤,٥	٤٥٦	٢٦,٤
خارجي	٥٢٥	١٧,٠	٥٨١	٢٣,٦	٤٣٣	١٦,٩	٨٢٢	٢٦,٣	٤١١	١٩,٥	٣٣٢	١٩,٢
الرياض	١٠٠٣	٣٢,٤	١٠٣٩	٤٢,٢	٣٢٤	١٢,٧	١٢٢	٣,٩	٢٦١	١٢,٤	١٥٠	٨,٧
مكة المكرمة	١٧٤	٥,٦	١٧٢	٧,٠	٥٧٣	٢٢,٤	١٦٦	٥,٣	٤٢٢	٢٠,٠	٥٣٦	٣١,٠
الشرقية	١٠٠	٣,٢	٣٦	١,٥	١٥٧	٦,١	٨٥	٢,٧	٢٨٣	١٣,٤	٧٠	٤,٠
أكثر من قطاع	١٠٢	٣,٣	٨	٠,٣	٢٧٣	١٠,٧	٥٣	١,٧	٣٠	١,٤	٣٦	٢,١
المدينة المنورة	٣٢	١,٠	٢٢	٠,٩	٦٧	٢,٦	٥١	١,٦	٥٥	٢,٦	٥٩	٣,٤
عسير	٩	٠,٣	٢٤	١,٠	٤١	١,٦	٢٣٩	٧,٦	٢٢	١,٠	١٩	١,١
تبوك	٣٦	١,٢	١٣	٠,٥	١٥	٠,٦	١٤١	٤,٥	١٠	٠,٥	١١	٠,٦
القصيم	١٢٢	٣,٩	١٥	٠,٦	١٩	٠,٧	١٦	٠,٥	٢٢	١,٠	٤	٠,٢
جازان	١٢	٤.	٢٠	٨.	٥٦	٢,٢	٤٢	١,٣	٨	٤.	٨	٥.
الجوف	٥٨	١,٩	٤٧	١,٩	٠	٠	١٥	٠,٥	١٦	٠,٨	٥	٠,٣
حائل	٤٠	١,٣	٣٥	١,٤	٢١	٠,٨	١٢	٠,٤	٨	٠,٤	٥	٠,٣
نجران	١٤	٠,٥	١١	٠,٤	٢٢	٠,٩	٤٥	١,٤	٩	٠,٤	٣	٠,٢
الباحة	١٢	٠,٤	١٦	٠,٦	٢٩	١,١	٢	٠,١	٢٢	١,٠	١٨	١,٠
الحدود الشمالية	١٩	٠,٦	٥	٠,٢	٢٠	٠,٨	١٣	٠,٤	٧	٠,٣	٣	٠,٢
غيرذلك	١	٠	١٤	٠,٦	٦	٠,٢	٠	٠	٤	٠,٢	١٥	٠,٩
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

ويوضح الجدول رقم (٥٦) أن الاتجاه الإيجابي، هو الاتجاه الغالب في المواد الصحفية التي نشرتها الصحف السعودية – عينة الدراسة- ، وأن الاتجاه السلبي لم تتجاوز نسبته ٢٤٪ في مواد بعض الصحف (مثل صحيفة المدينة) بينما كان الاتجاه السلبي أقل من ذلك بكثير في بقية الصحف، كما توضح بيانات الجدول.

كانت النتائج السابقة قد أشارت إلى زيادة نسبية للاتجاه السلبي في مقالات الرأي (جدول رقم ٢٨) .

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج التحليل العام للصحف، أو النتائج التفصيلية اللاحقة والتي أشارت إلى تراجع واضح في الاهتمام بقضايا الإرهاب والاضطرابات والقلاقل والأزمات، في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي السعودي في فترة الدراسة للاهتمام بقضايا التنمية المحلية.

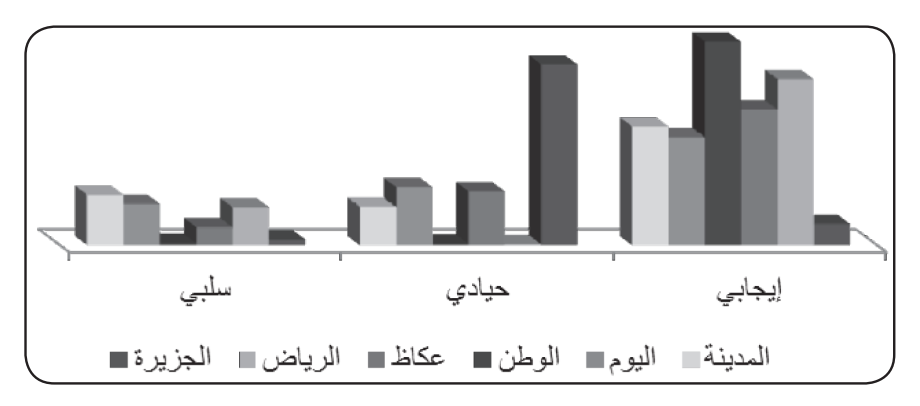
جدول رقم (٥٦)

توزيع المادة الصحافية حسب اتجاه المادة الإخبارية وحسب الصحيفة

اتجاه المادة الإخبارية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
إيجابي	٣٢٠	١٠,٣	١٩٦٩	٧٩,٩	١٦٧٢	٦٥,٤	٣٠٦٠	٩٧,٨	١٠٩٤	٥٢,٠	٩٨٧	٥٧,١
حيادي	٢٦٨٨	٨٦,٨	١٤	٦.	٦٦٣	٢٥,٩	٢٧	٩.	٥٩٠	٢٨,٠	٣٢١	١٨,٦
سلبي	٨٧	٢,٨	٤٥١	١٨,٣	٢٢١	٨,٦	٣٩	١,٢	٤١٩	١٩,٩	٤١٨	٢٤,٢
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٥١)

توزيع المادة الصحافية حسب اتجاه المادة الإخبارية وحسب الصحيفة



وتبين نتائج الجدول رقم (٥٧) أن درجة الوضوح في اتجاه المواد الصحفية تراوح بين نسبة ٦٤٪ و٩٩٪ في الصحف التي شملتها الدراسة، وكانت النتائج السابقة (الجدول رقم ١٩) قد أشارت إلى وضوح اتجاه المادة الصحفية في ٨٧٪ من المواد التي شملها التحليل العام للصحف خلال العام ٢٠٠٧.

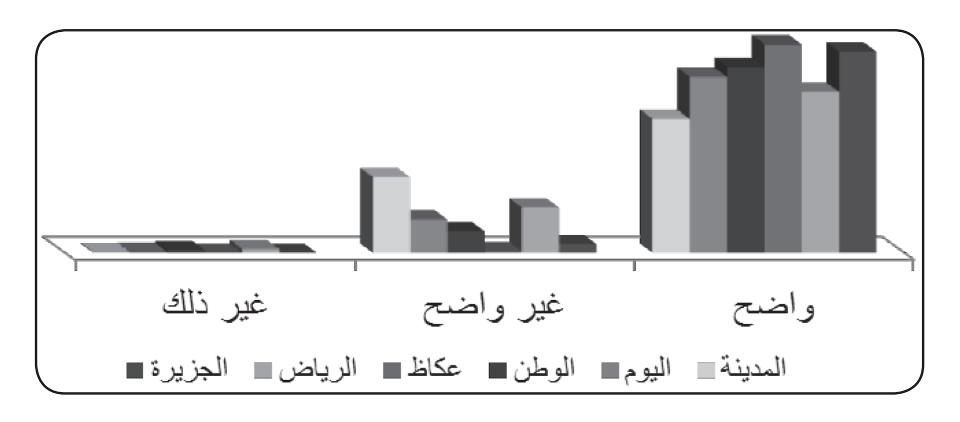
جدول رقم (٥٧)

توزيع المادة الصحافية حسب درجة الوضوح وحسب الصحيفة

درجة الوضوح	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
واضح	٢٩٦٨	٩٥,٩	١٨٩٣	٧٦,٨	٢٥٣٨	٩٩,٣	٢٧٦٦	٨٨,٤	١٧٦٣	٨٣,٨	١١٠٣	٦٣,٨
غير واضح	١٢٧	٤,١	٥٣١	٢١,٥	١٧	٠,٧	٣٢٢	١٠,٣	٣٣٤	١٥,٩	٦٢٢	٣٦,٠
غير ذلك	٠	٠	٤١	١,٧	١	٠	٤١	١,٣	٨	٠,٤	٥	٠,٣
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٥٢)

توزيع المادة الصحافية حسب درجة الوضوح وحسب الصحيفة



أما عن طبيعة الطرح ، فتوضح بيانات الجدول رقم (٥٨) أن الأسلوب الخبري الذي يكتفي بتقديم المعلومات ووصف الأحداث ، كان هو الغالب في جميع الصحف التي شملتها الدراسة، وأن ٥٠٪ أو أكثر من المواد الصحفية التي نشرتها صحف الدراسة (ما عدا صحيفتي الرياض والمدينة) كانت تأخذ بهذا الأسلوب، وفيما عدا ذلك فقد تباينت الصحف في الأخذ بالأساليب (العقلاني / العاطفي / المشترك) ، فقد كان الأسلوب المشترك أو المختلط (عقلاني / عاطفي) أكثر بروزاً في (الجزيرة ، اليوم ، والمدينة) ، بينما كان الأسلوب العاطفي أكثر وضوحاً في (الرياض ، عكاظ) ، والعقلاني في (الجزيرة والمدينة).

وإجمالاً يمكن العودة إلى نتائج التحليل العام في الجدول (١١) التي أشارت إلى نوع من التقارب أو التوازن في نسب المواد الصحفية التي تأخذ بالأسلوب العاطفي / العقلي / المختلط ..

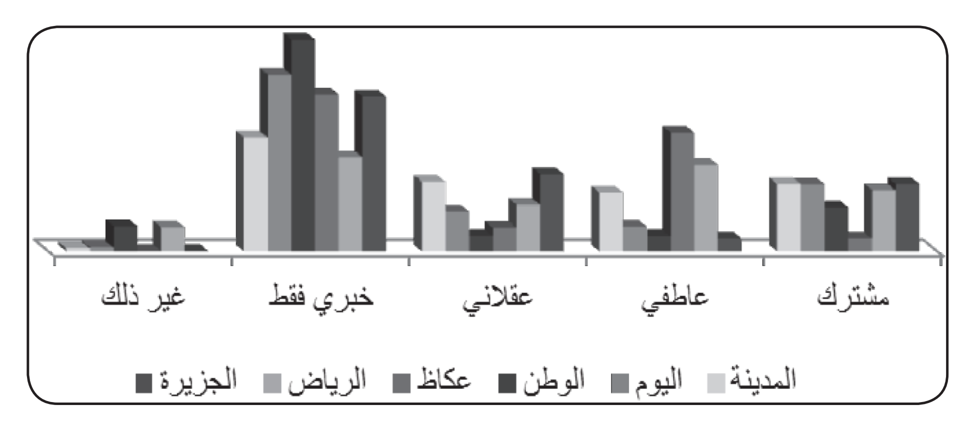
جدول رقم (٥٨)

توزيع المادة الصحافية حسب طبيعة الطرح وحسب الصحيفة

طبيعة الطرح	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مشترك	٦٦٩	٢١,٦	٤٨٣	١٩,٦	١٠٤	٤,١	٤٤١	١٤,١	٤٥٢	٢١,٥	٣٧٣	٢١,٦
عاطفي	١٢٦	٤,١	٦٨٣	٢٧,٧	٩٧٢	٣٨,٠	١٥٢	٤,٩	١٦٦	٧,٩	٣٢٦	١٨,٨
عقلاني	٧٦٥	٢٤,٧	٣٦٧	١٤,٩	١٩٤	٧,٦	١٥٨	٥,٠	٢٦٨	١٢,٧	٣٨٥	٢٢,٣
خبري فقط	١٥٣٣	٤٩,٥	٧٤١	٣٠,١	١٢٨٣	٥٠,٢	٢١٢٣	٦٧,٨	١١٩١	٥٦,٦	٦٢٩	٣٦,٤
غير ذلك	٢	٠,١	١٩١	٧,٧	٣	٠,١	٢٥٥	٨,١	٢٨	١,٣	١٧	١,٠
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٥٣)

توزيع المادة الصحافية حسب طبيعة الطرح وحسب الصحيفة



وتؤكد نتائج الجدول رقم (٥٩) المؤشرات السابقة، فبالإضافة إلى غلبة الأسلوب الخبري الذي يتناسب مع طبيعة الصحف اليومية التي تهتم عادة بمتابعة تطورات الأحداث اليومية ، فقد كان واضحاً تراجع نسب الأسلوب الإطرائي مقابل أساليب النقد وتقديم المقترحات. إذ تراوحت نسبة الأسلوب الإطرائي بين ٥٪ (الوطن) و٣٠٪ تقريباً في (عكاظ) .

وإجمالاً ، يمكن اعتبار النتيجة السابقة نتيجة إيجابية ، خاصة بعد أن كان السائد في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي غلبة الاتجاهات الإطرائية على الاتجاهات النقدية (القرني،١٤٢٤هـ)، وغياب البعد النقدي والتقويمي (الشلهوب، ١٤٢٥هـ).

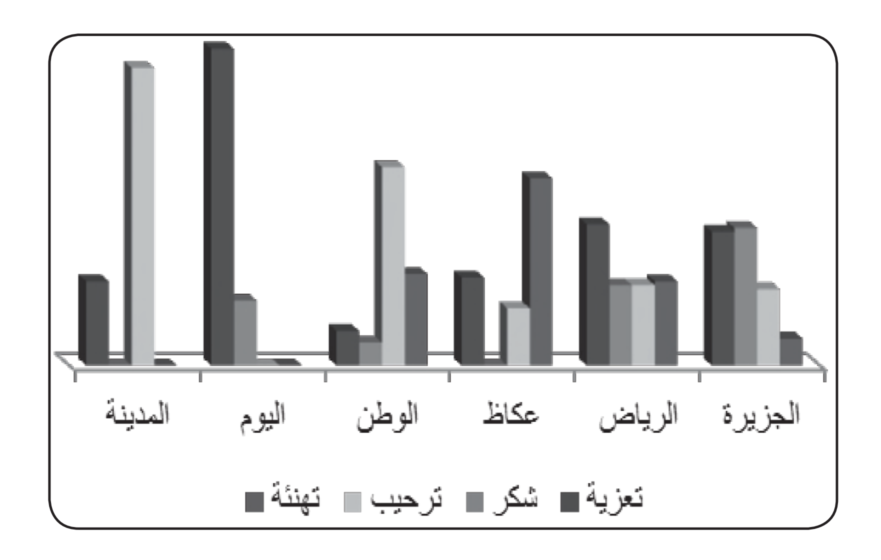
جدول رقم (٥٩)

توزيع المادة الصحافية حسب الجدلية الأساسية وحسب الصحيفة

الجدلية الأساسية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عرض فكرة أو تقديم اقتراح	٨٨٥	٢٨,٦	٦٤٤	٢٦,١	٣٧	١,٤	١٢٦	٤,٠	٤٥٦	٢١,٧	٥٧٠	٣٢,٩
إطرائي	٤١٩	١٣,٥	٥٨٣	٢٣,٧	٧٥٩	٢٩,٧	١٥٩	٥,١	٣١٢	١٤,٨	٣٠٣	١٧,٥
نقد	٢٠٢	٦,٥	٢٩٧	١٢,٠	٦٩	٢,٧	٣٨٤	١٢,٣	٢٠٩	٩,٩	١٣٩	٨,٠
خبري فقط	١٥٨٩	٥١,٣	٧٥٠	٣٠,٤	١٦٩٠	٦٦,١	٢٢٠١	٧٠,٣	١٠٩٣	٥١,٩	٧٠١	٤٠,٥
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٥٤)

توزيع المادة الصحافية حسب الجدلية الأساسية وحسب الصحيفة



وتعزّز نتائج الجدول رقم (٦٠) النتائج الإيجابية السابقة التي أشارت إلى هيمنة الأسلوب الخبري ، وتشير النتائج في هذا الجدول إلى أن الأسلوب المعلوماتي أيضاً كان الأبرز في معظم الصحف التي تناولتها الدراسة، فقد تجاوزت نسبة الأخذ بهذا الأسلوب ٤٠٪ في جميع الصحف عدا (عكاظ والمدينة) .

وفي التحليل العام لجميع الصحف في الجدول رقم (١٣) مؤشرات إجمالية على زيادة نسبة الأسلوب المعلوماتي في المعالجة الصحفية ، أما في تحليل مقالات الرأي في الجدول رقم (٣١) فقد جاء في المقدمة (الأسلوب المشترك) الذي يجمع بين الأسلوب الإنشائي والمعلوماتي، يليه الأسلوب الإنشائي ثم الأسلوب المعلوماتي، وهي نتيجة متوقعة في المقالات ومواد الرأي.

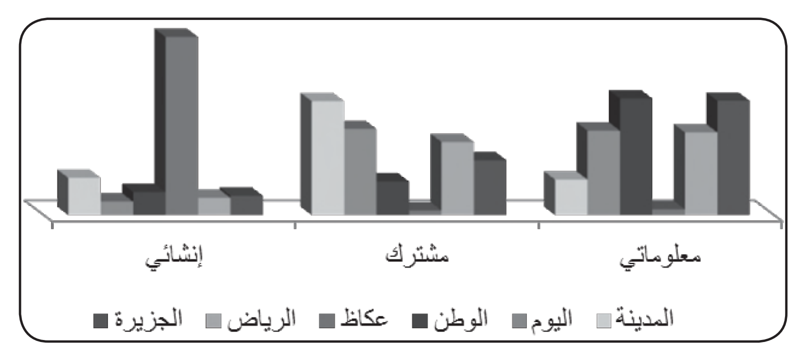
جدول رقم (٦٠)

توزيع المادة الصحافية حسب أسلوب المعالجة وحسب الصحيفة

أسلوب	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
معلوماتي	١٨٧٢	٦٠,٥	١٠٧٩	٤٣,٨	٧٩	٣,١	١٩٣٢	٦١,٧	٩٤١	٤٤,٧	٣٢٥	١٨,٨
مشترك	٩٠٠	٢٩,١	٩٥٥	٣٨,٧	٦٤	٢,٥	٥٥٧	١٧,٨	٩٥٩	٤٥,٦	١٠٤٣	٦٠,٣
إنشائي	٣١٨	١٠,٣	٢٢٧	٩,٢	٢٤١٠	٩٤,٣	٣٨٢	١٢,٢	١٥١	٧,٢	٣٤١	١٩,٧
المجموع	٣٠٩٥	١٠٠	٢٤٦٥	١٠٠	٢٥٥٦	١٠٠	٣١٢٩	١٠٠	٢١٠٥	١٠٠	١٧٣٠	١٠٠

شكل رقم (٥٥)

توزيع المادة الصحافية حسب أسلوب المعالجة وحسب الصحيفة



تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٦١) إلى تقارب نسب القيم الإخبارية في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة . وكانت القيمة المعروفة بـ(أخبارذاتنتيجةجيدة **Good News**) والمقصود بها كقيمة إخبارية أن يكون المحتوى الخبر يشير أو يصل إلى نتيجة إيجابية، كانت متقاربة في كل الصحف إلى أنها أكثر بروزاً في (عكاظ) وكذلك الأخبارالمتابعة أو المستمرة **Follow – Up**

أما الأخبار مرتبطة باهتمامات الناس، فكانت قد سجلت حضوراً أفضل في صحيفتي (الجزيرة واليوم) ، مقابل تفوق صحيفة (الرياض) في أخبار الشخصيات والمؤسسات والدول والأخبار ذات النتيجة السيئة.

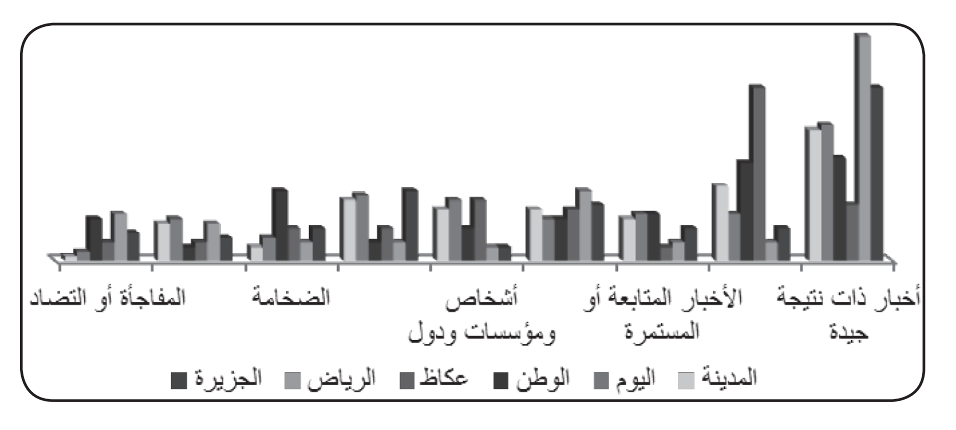
جدول رقم (٦١)

توزيع المادة الصحافية حسب القيم الخبرية وحسب الصحيفة

القيم الخبرية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار ذات نتيجة جيدة	٣٥٩	٣٧	١١٧١	٤٨	٧٩٢	١٢	١١٥٢	٢٢	٦٩٠	٢٩	٩١٢	٢٨
أخبار مرتبطة باهتمامات الناس	٦٩	٧	٩٣	٤	٢٣٣٠	٣٧	١١١٥	٢١	٢٣٩	١٠	٥١٧	١٦
الأخبار المتابعة أو المستمرة	٧٠	٧	٩٣	٤	٢٠٣	٣	٤٩٥	١٠	٢٣٦	١٠	٩	٩٪
أخبار ذات نتيجة سيئة	١١٦	١٢	٣٦١	١٥	٦٧٩	١١	٤٦٠	٩	٢٠٩	٩	٣٤٩	١١
أشخاص ومؤسسات ودول	٢٩	٣	٦٩	٣	٨٣٩	١٣	٣٧١	٧	٣٠٣	١٣	٣٧٩	١١
مشاهير	١٤٢	١٥	١٠٤	٤	٤٦٢	٧	٢٢٣	٤	٣٤٤	١٤	١٣	١٣٪
الضخامة	٧٢	٧	١٠٢	٤	٤٧٣	٧	٧٩٢	١٥	١١٩	٥	١٠٥	٣
ترفيه وغرابة وطرافة	٥١	٥	٢٠٤	٨	٢٨٣	٤	١٤٦	٣	٢٢٧	٩	٢٧٥	٨
المفاجأة أو التضاد	٦٠	٦	٢٣٦	١٠	٢٨١	٤	٤٤٥	٩	٤٩	٢	٣٢	١
المجموع	٩٦٨	١٠٠	٢٤٣٣	١٠٠	٦٣٤٢	١٠٠	٥١٩٩	١٠٠	٢٤١٦	١٠٠	٣٢٩٦	١٠٠

شكل رقم (٥٤)

توزيع المادة الصحافية حسب القيم الخبرية وحسب الصحيفة



التحليل المقارن بين الصحف السعودية (عينة الدراسة) في مقالات الرأي

توضح بيانات الجدول رقم (٦٢) أن الصفحات الداخلية تضمنت معظم مقالات الرأي في كل الصحف، وتراوحت نسبتها بين ٧٣٪ (الرياض) و٩٩٪ (الجزيرة).

أما نسبة مواد الرأي التي وردت في الصفحات الأولى فتراوحت نسبتها بين أقل من ١٪ (الجزيرة) ، ونسبة ٩٪ كما في صحيفة الرياض. وخلت الصفحات الأولى في (عكاظ واليوم والمدينة) من مقالات الرأي خلال فترة الدراسة.

وتراوحت نسبة مقالات الرأي المنشورة في الصفحات الأخيرة بين نسبة أقل من ٣٪ (الرياض) إلى ٧٪ (الوطن). بينما خلت الصفحة الأخيرة في صحيفة (الجزيرة) من مقالات الرأي، وذلك لوجود صفحات إعلانية صادفت العينة في صحيفة الجزيرة.

وكانت نسبة مقالات الرأي المنشورة في ملاحق صحيفة (المدينة) خلال فترة الدراسة، هي الأعلى ، (على سبيل المثال كانت نسبة أكثر من ٥٪ من مقالات صحيفة المدينة في الملحق الثقافي) .

وسبقت الإشارة في نتائج التحليل العام (جدول رقم ٣٣) أن ٨٨٪ من مقالات الرأي في الصحافة السعودية – عينة الدراسة – نشرت في الصفحات الداخلية ، بينما تم نشر الباقي في الصفحات الأولى، والأخيرة ، وفي الملاحق المختلفة، بنسب متساوية قدرها ٤٪ لكل منها.

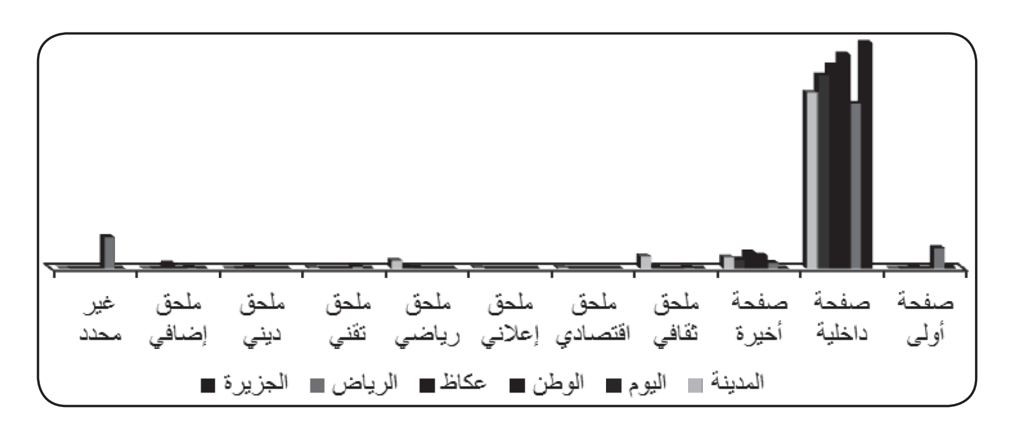
جدول رقم (٦٢)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع وحسب الصحيفة

الموقع	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صفحة أولى	٤	٠,٧	٢٥	٩,٢	٠	٠	٢	١	٠	٠	٠	٠
صفحة داخلية	٥٣٨	٩٩,٣	١٩٨	٧٢,٥	٢١٢	٩٤,٢	٣٥١	٩٢	٢٤٦	٩٥	١٧١	٩٤
صفحة أخيرة	٠	٠	٧	٢,٦	١٣	٥,٨	٢٨	٧	١٢	٥	١١	٦
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٨١	١٠٠	٢٥٨	١٠٠	١٨٢	١٠٠

شكل رقم (٥٧)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع وحسب الصحيفة



وتوضح بيانات الجدول رقم (٦٥) كل الصحف لا تهتم بتحديد مؤهل الكاتب، وكانت أكثر الصحف اهتماماً بتحديد مؤهلات كتابها هي صحيفة (المدينة) إذ بلغت نسبة حملة الدكتوراه من بين كتابها ٥٪ تقريباً

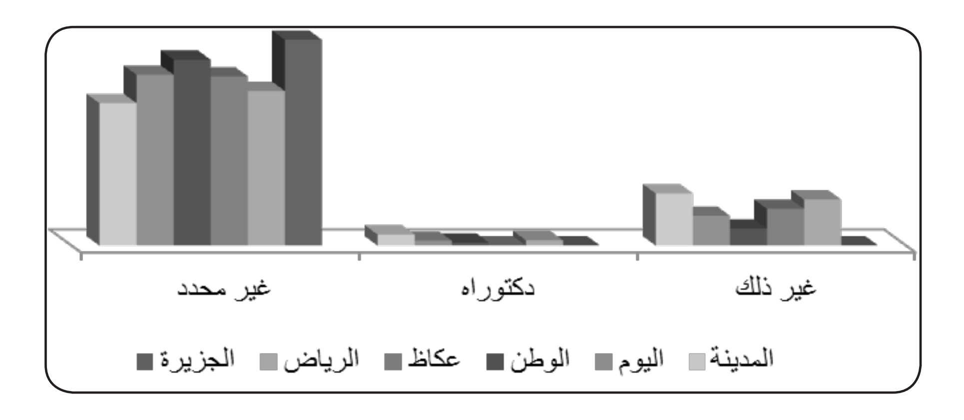
جدول رقم (٦٣)

توزيع مواد الرأي حسب مؤهل الكاتب وحسب الصحيفة

مؤهل الكاتب	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
غير ذلك	٠	٠	٦١	٢٢,٣	٤٠	١٧,٨	٣٢	٨,٢	٤٢	١٤,٥	٥٦	٢٥,٣
دكتوراه	٠	٠	٧	٢,٦	٠	٠	٦	١,٥	٧	٢,٤	١٢	٥,٤
غير محدد	٥٤٢	١٠٠	٢٠٥	٧٥,١	١٨٥	٨٢,٢	٣٥٤	٩٠,٣	٢٤٠	٨٣	١٥٣	٦٩,٢
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٥٨)

توزيع مواد الرأي حسب مؤهل الكاتب وحسب الصحيفة



توضح بيانات الجدول رقم (٦٤) أن الاهتمامات المحلية كانت في الصدارة في كل الصحف التي شملتها الدراسة، وتراوحت نسبة الاهتمام بالشأن المحلي في مقالات الرأي في صحف الدراسة بين نسبة ٦٩٪ (الوطن) و٩٠٪ (اليوم) .

أما الشأن العربي فحظي بنسبة تراوحت بين ٢٪ (من مقالات اليوم وعكاظ) و١٦٪ من مقالات (الوطن).

وكانت نسبة الاهتمام بالشأن الدولي في مقالات الرأي تتراوح بين ٤٪ من مقالات (الجزيرة) و١٢٪ (الوطن)

أما الشأن الخليجي فكانت نسبة الاهتمام به في مقالات الرأي في الصحف عينة الدراسة تدور حول نسبة ١٪ فأقل في معظم الصحف.

وفي الشأن الإسلامي ، كانت افضل النسب التي رصدتها الدراسة في مقالات صحيفتي (المدينة والوطن)

وفي نتيجة التحليل العام السابق لكل الصحف ، أوضحت نتائج الدراسة في الجدول رقم (٢٥) اهتمام الصحف السعودية بالشأن المحلي، بنسبة ٨٢٪ من مواد الرأي التي نشرتها الصحف خلال فترة الدراسة (٢٠٠٩م) ، مقابل ٨٪ فقط للشأن الدولي ، و ٧٪ للشأن العربي.

.جدول رقم (٦٤)

توزيع مواد الرأي حسب الموقع وحسب الصحيفة

الإطار الجغرافي	الرياض		الجزيرة		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
محلي	٢٢١	٧٧,٣	٤٨٢	٨٨,٩	١٩٣	٨٥,٨	٢٧١	٦٩,١	٢٦١	٩٠,٣	١٧٢	٧٧,٨
عربي	٢٢	٨,١	٣٢	٥,٩	٥	٢,٢	٦٢	١٥,٨	٦	٢,١	١٥	٦,٨
دولي	٣١	١١,٤	١٩	٣,٥	١٩	٨,٤	٤٦	١١,٧	١٨	٦,٢	٣٢	١٠,٤
خليجي	٧	٢,٦	٦	١,١	٣	١,٣	٣	٠,٨	١	٠,٣	٢	٠,٩
إسلامي	٢	٠,٧	٣	٠,٦	٥	٢,٢	١٠	٢,٦	٣	١	٧	٣,٢
غير محدد	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢	٠,٩
المجموع	٢٧٣	١٠٠	٥٤٢	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٥٩)

توزيع مواد الرأي حسب الموقع وحسب الصحيفة



وتوضح بيانات الجدول رقم (٦٥) أن نسبة مقالات الرأي التي لم تكن مصحوبة بأي مادة مرئية ، تراوحت نسبتها بين ٣٤٪ (الجزيرة) و ٩٣٪ (الوطن) .

وكانت نتائج التحليل العام أشارت إلى أن أكثر من نصف مقالات الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – جاءت بدون أي مادة مرئية مصاحبة، - جدول رقم ٣٤ – وهو أمر متوقّع، لاعتماد المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب ،

وكانت ٥٠٪ فأكثر من مقالات الرأي في كل الصحف (ما عدا صحيفتي عكاظ والوطن) تتضمن صوراً شخصية مصاحبة لمقالات الرأي.

أما الصور الأخرى (مثل الصور من مواقع الحدث و الجداول والأشكال التوضيحية والرسوم..) فكانت نسب حضورها أقل بكثير في مقالات الرأي في جميع الصحف (أقل من ٥٪)

كانت نتائج التحليل العام في الجدول رقم (٣٤) قد أوضحت أن ٤١٪ من المقالات في جميع الصحف كانت مادتها المرئية عبارة عن (صورة شخصية) لكاتب المقال .

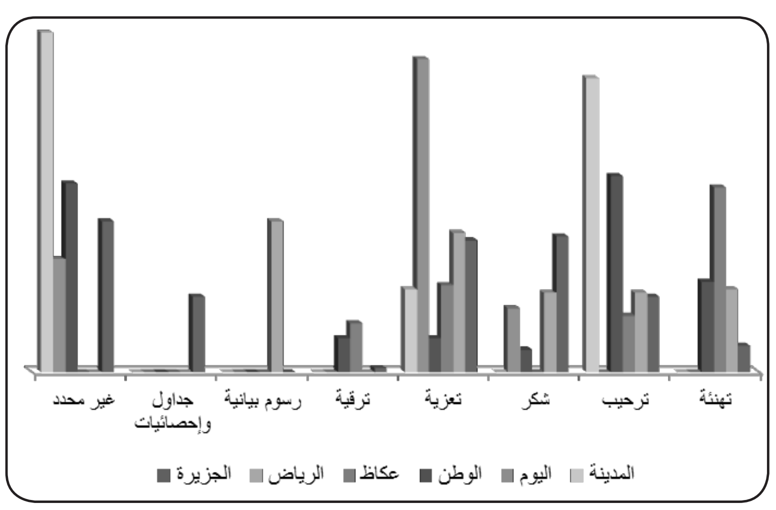
جدول رقم (٦٥)

توزيع مواد الرأي حسب المادة المرئية وحسب الصحيفة

المادة المرئية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
بدون	١٨٤	٣٣,٩	١١٠	٤٠,٣	١٦٨	٧٤,٧	٣٦٣	٩٢,٦	١٢٥	٤٣,٣	٨٨	٣٨,٨
صورة شخصية	٣١٣	٥٧,٧	١٣٥	٤٩,٥	٥٢	٢٣,١	١٧	٤,٣	١٤٦	٥٠,٥	١٢٦	٥٧
صورة حدث	٢٨	٥,٢	١٢	٤,٤	٤	١,٨	٨	٢	١٤	٤,٨	٢	٠,٩
صورة شخصية	٣١٣	٥٧,٧	١٣٥	٤٩,٥	٥٢	٢٣,١	١٧	٤,٣	١٤٦	٥٠,٥	١٢٦	٥٧
رسم تشكيلي	١٠	١,٨	١١	٤	٠	٠	٢	٠,٥	٢	٠,٧	١	٠,٥
رسوم بيانية	٠	٠	١	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
جداول وإحصائيات	١	٠,٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
غير محدد	٢	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٢	٠,٥	١	٠,٣	٢	٠,٩
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٠)

توزيع مواد الرأي حسب المادة المرئية وحسب الصحيفة



وتوضح بيانات الجدول رقم (٦٦) أن اهتمام مقالات الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – بالشأن السياسي، تراوحت نسبته بين ١٢٪ (الجزيرة ، الرياض ، عكاظ) و ٢١٪ (الوطن) . بينما تراوحت نسبة اهتمام مقالات الرأي بالشأنالاجتماعي بين ١٠٪ (الرياض) و٥٢٪ (الجزيرة) .

والشأن الاقتصادي بين ٢٪ (الجزيرة) و١٢٪ تقريباً (الوطن) ، والشأن الرياضي بين ٥٪ (الوطن) و١٤٪ (الرياض).

وكانالشأن الثقافي أكثر بروزاً في مقالات صحيفة الرياض (٢٦٪) تقريباً ، والموضوعات الدينية في مقالات صحيفة المدينة (١٠٪) .

نتائج التحليل العام في الجدول رقم (٢٣)كانت قد أوضحت أن الموضوعات الإجتماعية جاءت على رأس القائمة ، كمادة صحفية لكتّاب الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – تليها الموضوعات الثقافية، ثم السياسية ثم الرياضية ثم الاقتصادية.

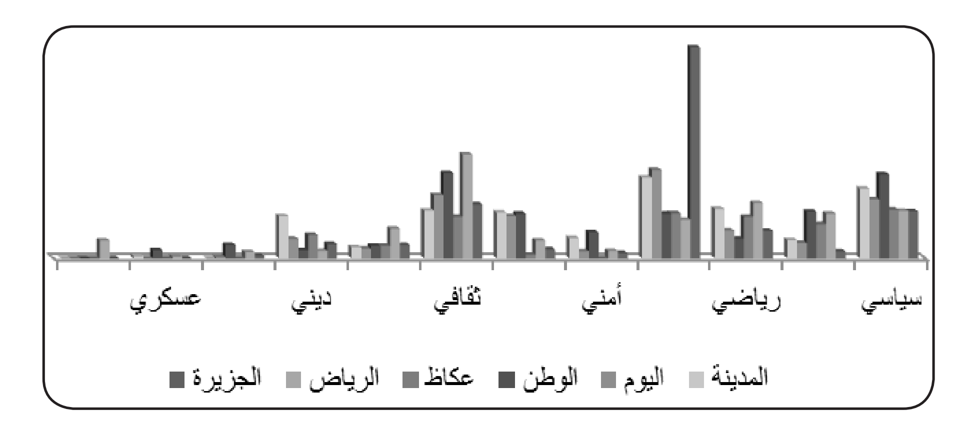
جدول رقم (٦٦)

توزيع مواد الرأي حسب الموضوعات العامة وحسب الصحيفة

الموضوعات العامة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سياسي	٦٣	١١,٦	٣٢	١١,٧	٢٧	١٢	٨١	٢٠,٧	٤٢	١٤,٥	٣٨	١٧,٢
اقتصادي	٩	١,٧	٣٠	١١,٠	١٩	٨,٤	٤٥	١١,٥	١١	٣,٨	١٠	٤,٥
رياضي	٣٧	٦,٨	٣٧	١٣,٦	٢٣	١٠,٢	١٩	٤,٨	٢٠	٦,٩	٧٢	١٢,٢
اجتماعي	٢٨٣	٥٢,٢	٢٦	٩,٥	٢٥	١١,١	٤٥	١١	٦٣	٢١,٨	٤٤	١٩,٩
أمني	٧	١,٣	٥	١,٨	٠	٠	٢٥	٦,٤	٥	١,٧	١١	٥
تعليمي	١٢	٢,٢	١٢	٤,٤	٢	٠,٩	٤٣	١١	٣٠	١٠,٤	٢٥	١١,٣
ثقافي	٧٢	١٣,٣	٧٠	٢٥,٦	٢٣	١٠,٢	٨٢	٢١	٤٥	١٥,٦	٢٦	١١,٨
صحي	١٨	٣,٣	٢٠	٧,٣	٧	٣,١	١٢	٣,١	٧	٢,٤	٦	٢,٧
ديني	١٩	٣,٥	٥	١,٨	١٣	٥,٨	٨	٢	١٤	٤,٨	٢٣	١٠,٤
فني	٣	٠,٦	٤	١,٥	٠	٠	١٣	٣,٣	١	٠,٣	٠	٠
عسكري	٠	٠	١	٠,٤	٠	٠	٨	٢,٠	٠	٠	١	٠,٥
غيرذلك	٠	٠	١٢	٤,٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦١)

توزيع مواد الرأي حسب الموضوعات العامة وحسب الصحيفة



وتقدم نتائج الجدول رقم (٦٧) مؤشرات أكثر تفصيلاً عن حجم بروز القضايا المختلفة في مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة، وكانت مقالات (الوطن و الرياض) أكثر تركيزاً على قضايا الاقتصاد وعالم المال والأعمال، وتميزت مقالات (الوطن) بتقديم مادة أكبر عن قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات للمحتاجين، والأزمات الدولية ، وحقوق الإنسان ، والاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول، بينما كانت مقالات (الرياض) الأكثر تناولاً لموضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية، وبرزت الموضوعات والقضايا الدينية في مقالات صحيفة (المدينة) أكثر من غيرها من الصحف.

وتؤكد النتائج – إجمالاً – تراجع الاهتمام بقضايا الإرهاب والاضطرابات والقلاقل والأزمات في مواد الرأي ، ليحل محلها الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية والسياسية والثقافية والرياضية الأخرى.

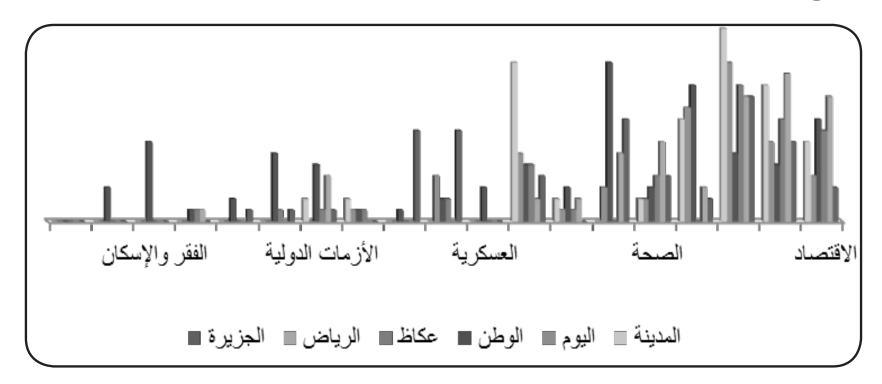
جدول رقم (٦٧)

توزيع مواد الرأي حسب موضوعات المادة الصحافية المفضلة وحسب الصحيفة

موضوعات الخاصة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	١٦	٥	٣١	١٨	١٨	١٧	٣٧	١١	١١	٧	١٥	١٠
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	٣٦	١١	٣٦	٢١	٢٠	١٩	١٨	٥	٢٠	١٣	٢٧	١٨
الموضوعات السياسية	٥٩	١٨	٣١	١٨	٢٦	٢٥	٢٣	٧	٤١	٢٧	٣٧	٢٥
التعليم والاهتمام بالطفل	١١	٣	٩	٥	١	١	٤٧	١٤	٢٨	١٨	١٩	١٣
الصحة والدواء والسلامة	٢١	٧	٢٠	١٢	٩	٩	١١	٣	٧	٥	٥	٣
الفن والترفيه والتسلية	٤٩	١٥	١٦	١٠	٠	٠	٥٣	١٦	١٠	٦	٠	٠
الجرائم والمحاكمات	١	٠	٥	٣	٢	٢	١٣	٤	٣	٢	٤	٣
الموضوعات والقضايا الدينية	٢٢	٧	٦	٤	١١	١١	١٨	٥	١٧	١١	٣٠	٢٠
الموضوعات العسكرية	٠	٠	١	١	٠	٠	١٣	٤	٠	٠	٠	٠
البيئة والسكان	٤٥	١٤	٠	٠	٥	٥	٦	٢	١٣	٨	١	١
أخبار المشاهير	٤٦	١٤	٠	٠	٠	٠	٣	١	٠	٠	٠	٠
الكوارث والحوادث والمآسي	٠	٠	٠	٠	٣	٣	٢	١	٢	١	٥	٣
الأزمات الدولية	٦	٢	١٠	٦	٢	٢	٢١	٦	١	١	٤	٣
حقوق الإنسان	٣	١	٠	٠	٣	٣	٢٢	٧	٠	٠	٠	٠
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول	٣	١	٠	٠	١	١	٩	٣	١	١	١	١
العلوم والاكتشافات والمخترعات والبحوث العلمية	١	٠	٣	٢	٢	٢	٣	١	٠	٠	٠	٠
قضايا الفقروالإسكان والبطالة وتقديم المساعدات للمحتاجين	١	٠	٠	٠	٠	٠	٢٦	٨	٠	٠	٠	٠
الأعمال الإرهابية	١	٠	٠	٠	٠	٠	١٢	٤	٠	٠	١	١
موضوعات أخرى	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	١
المجموع	٣٢١	١٠٠	١٦٨	١٠٠	١٠٢	١٠٠	٢٢٧	١٠٠	١٥٤	١٠٠	١٥٠	١٠٠

شكل رقم (٦٢)

توزيع مواد الرأي حسب موضوعات المادة الصحافية المفضلة وحسب الصحيفة



ويتضح من بيانات الجدول رقم (٦٨) أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسة في مقالات الرأي بجميع الصحف، بنسب تراوحت بين ١٠٪ من مقالات (عكاظ) و ٣٤٪ من مقالات (الوطن) .

أما بقية الفئات، المتمثلة في فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية، فلم تتجاوز نسبة مقالات الرأي التي جعلتها مادتها الرئيسة نسبة ١٠٪ إلا في مقالات (الرياض ، والجزيرة ، والوطن) .

جدول رقم (٦٨)

توزيع مواد الرأي حسب الشخصية الرئيسية في المقال وحسب الصحيفة

الشخصية الرئيسية في المقال	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مواطنون	١١٤	٢١	٨٥	٣١,١	٢٢	٩,٨	١٣٤	٣٤,٢	٧٦	٢٦,٣	٦١	٢٧,٦
شخصيات قيادية	٥٦	١٠,٣	٣٩	١٤,٣	٣	١,٣	٤٣	١١	٩	٣,١	١٠	٤,٥
شخصيات ملكية	١٢	٢,٢	٧	٢,٦	٣	١,٣	٦	١,٥	٨	٢,٨	٦	٢,٧
شخصيات	٢٣	٤,٢	١	٠,٤	٣	١,٣	٤٠	١٠,٢	٤	١,٤	٥	٢,٣
شخصيات وزارية	٢٧	٥	٦	٢,٢	٣	١,٣	٩	٢,٣	٦	٢,١	٣	١,٤
مدراء عموم	٨	١,٥	١	٠,٤	١	٠,٤	٢	٠,٥	١	٠,٣	٢	٠,٩
مدراء إدارات	٥	٠,٩	٠	٠	٠	٠	٤	١	١	٠,٣	٠	٠
أساتذة الجامعات	١	٠,٢	٤	١,٥	٠	٠	٣	٠,٨	٠	٠	٠	٠
شخصيات	٢	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠,٣	١	٠,٥
غير ذلك	٢٩٤	٥٤,٢	١٣٠	٤٧,٦	١٩٠	٨٤,٤	١٥١	٣٨,٥	١٨٣	٦٣,٣	١٣٢	٥٩,٧
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٣)

توزيع مواد الرأي حسب الشخصية الرئيسية في المقال وحسب الصحيفة



وتشير بيانات الجدول رقم (٦٩) أن اعتماد كتّاب مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة على مصادرهم الذاتية في طرحهم للقضايا والموضوعات التي تضمنتها مقالاتهم، قد تراوح بين ٨٦٪ و ٩٩٪ .

أما الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر يستقي منها كتّاب المقالات موضوعاتهم، فلم تتجاوز نسبة ١٠٪ إلا في مقالات صحيفتي (عكاظ، والوطن)

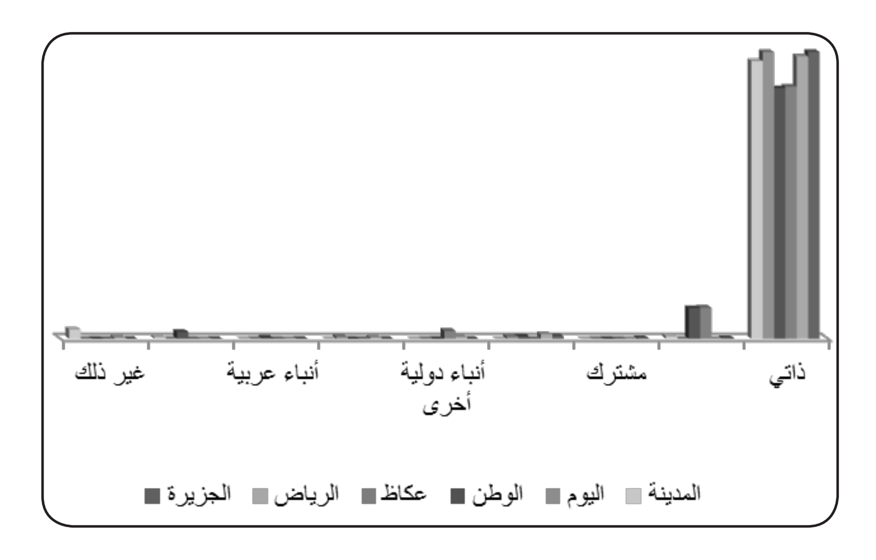
جدول رقم (٦٩)

توزيع مواد الرأي حسب مصدر المادة وحسب الصحيفة

مصدر المادة الإخبارية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ذاتي	٥٣٥	٩٨,٧	٢٦٥	٩٧,١	١٩٥		٣٣٨	٨٦,٢	٢٨٥	٩٨,٦	٢١١	٩٥,٥
وسيلة إعلامية أخرى	١	٠,٢	٠	٠	٢٧		٤١	١٠,٥	٠	٠	٢	٠,٩
مشترك	١	٠,٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
وكالة الأنباء السعودية	٥	٠,٩	٤	١,٥	٠	٠	٣	٠,٨	٢	٠,٧	٠	٠
وكالات أنباء دولية	٠	٠	٢	٠,٧	٦	٢,٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠
وكالة رويترز	٠	٠	١	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٢	٠,٧	٠	٠
وكالات أنباء عربية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠,٣	٠	٠	٠	٠
شبكة الإنترنت	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٩	٢,٣	٠	٠	١	٠,٥
غيرذلك	٠	٠	١	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٧	٣,٢
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٤)

توزيع مواد الرأي حسب مصدر المادة وحسب الصحيفة



وعن توزيع المقالات الصحفية حسب القطاعات الإدارية، توضح نتائج الجدول رقم (٧٠) أن مقالات الرأي التي تناولت القطاعات العامة (التي تشمل المملكة بشكل عام)

قد جاءت في الصدارة ، بنسب تتراوح بين ٤٢٪ (الجزيرة) و٦٤٪ (المدينة) .

ولم يختلف تركيز الصحف في مقالات الرأي عن التحليل السابق للمادة الصحفية إجمالاً في الجدول رقم (٨٥) والتي أشارت إلى أن الموضوعات الخاصة بمدينة الرياض العاصمة كانت أكثر بروزاً في صحيفتي (الجزيرة و الرياض) ، بينما سجلت الموضوعات الخاصة بمكة المكرمة الحضور الأبرز في صحيفتي (عكاظ والمدينة) . وكانت صحيفة (اليوم) الأكثر اهتماماً بالمنطقة الشرقية ، و(الوطن) الأكثر اهتماماً بالمنطقة الجنوبية .

أما اهتمام مقالات الرأي بالشأن الخارجي ، فقد تراوح بين ٥٪ (الجزيرة) و٢٩٪ (الوطن)، مما يعكس اتجاهها الدولي .

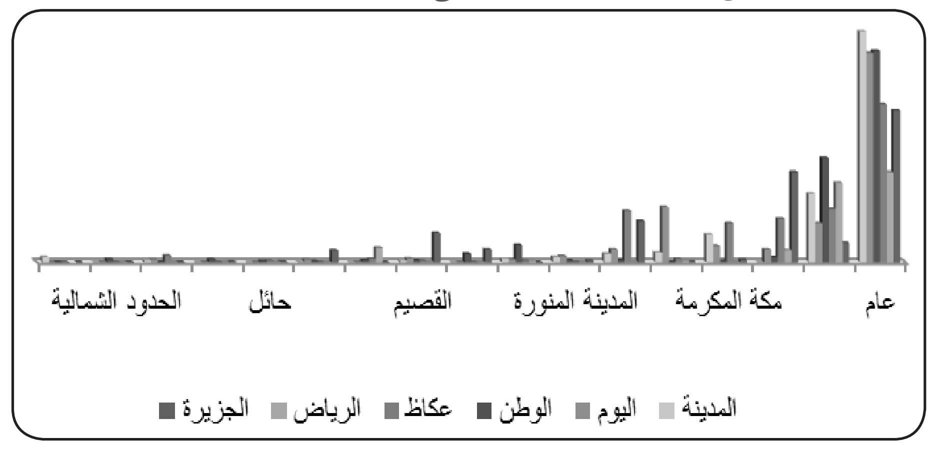
جدول رقم (٧٠)

توزيع مواد الرأي حسب القطاع الإداري وحسب الصحيفة

القطاع الإداري	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عام	٢٢٧	٤١,٩	١٢٣	٤٥,١	٩٨	٤٣,٦	٢٢٩	٥٨,٤	١٦٧	٥٧,٨	١٤١	٦٣,٨
خارجي	٢٩	٥,٤	٦٨	٢٤,٩	٣٣	١٤,٧	١١٣	٢٨,٨	٣١	١٠,٧	٤٢	١٩
الرياض	١٣٥	٢٤,٩	٦٠	٢٢	٢٧	١٢	٥	١,٣	١٠	٣,٥	٠	٠
مكة المكرمة	٤	٠,٧	٩	٣,٣	٢٤	١٠,٧	١	٠,٣	١٣	٤,٥	١٧	٧,٧
الشرقية	١	٠,٢	٠	٠	٢	٠,٩	٠	٠	٤٤	١٥,٢	٦	٢,٧
أكثر من قطاع	٦١	١١,٣	١	٠,٤	٣٢	١٤,٢	٢	٠,٥	١٠	٣,٥	٥	٢,٣
المدينة المنورة	٢	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٢	٠,٥	٥	١,٧	٣	١,٤
عسير	٠	٠	٠	٠	١	٠,٤	١٩	٤,٨	٢	٠,٧	٢	٠,٩
تبوك	١٩	٣,٥	١	٠,٤	٠	٠	٦	٢,٣	٠	٠	٠	٠
القصيم	٤٤	٨,١	٠	٠	١	٠,٤	٢	٠,٥	٣	١	١	٠,٥
جازان	٠	٠	٠	٠	٢	٠,٩	٢	٠,٥	٠	٠	٠	٠
الجوف	١٨	٣,٣	١١	٤	٠	٠	١	٠,٣	٢	٠,٧	٠	٠
حائل	١	٠,٢	٠	٠	١	٠,٤	١	٠,٣	٠	٠	٠	٠
نجران	١	٠,٢	٠	٠	٠	٠	٣	٠,٨	٠	٠	٠	٠
الباحة	٠	٠	٠	٠	٤	١,٨	٠	٠	٢	٠,٧	١	٠,٥
الحدود الشمالية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣	٠,٨	٠	٠	٠	٠
غير ذلك	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣	١,٤
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٥)

توزيع مواد الرأي حسب القطاع الإداري وحسب الصحيفة



وتشير بيانات الجدول رقم (٧١) إلى أن الاتجاه الإيجابي هو الغالب في مقالات الرأي في معظم الصحف التي شملتها الدراسة، وهي نتيجة تتفق مع المؤشرات السابقة للدراسة في تحليل اتجاهات مجمل المواد الصحفية في جميع الصحف.

وأوضحت بيانات الجدول رقم (٧٨) أن مقالات الرأي الأكثر إيجابية جاءت في صحيفتي (الوطن وعكاظ)، والأكثر سلبية في (الرياض والمدينة) والأكثر حيادية في (الجزيرة ثم اليوم).

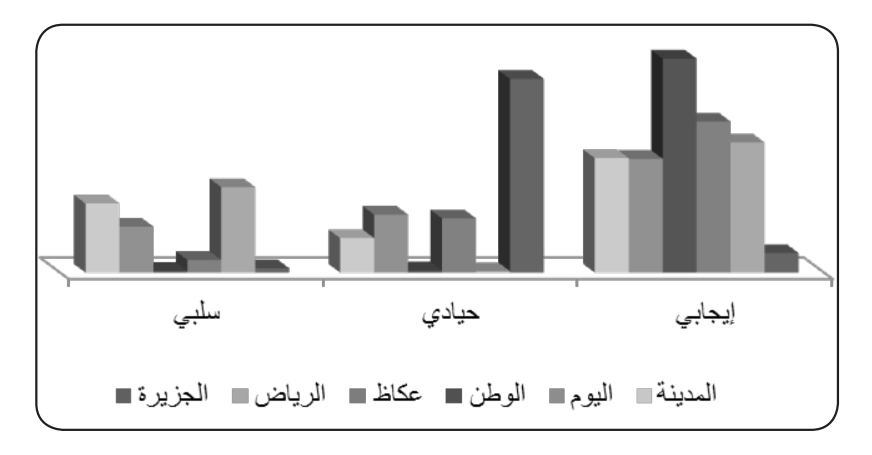
جدول رقم (٧١)

توزيع مواد الرأي حسب اتجاه المادة وحسب الصحيفة

اتجاه المادة الإخبارية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
إيجابي	٤٩	٩	١٦٣	٥٩,٧	١٥٦	٦٩,٣	٣٨٥	٩٨,٢	١٥١	٥٢,٢	١١٦	٥٢,٥
حيادي	٤٨٢	٨٨,٩	٢	٠,٧	٥٦	٢٤,٩	٤	١	٧٧	٢٦,٦	٣٥	١٥,٨
سلبي	١١	٢	١٠٧	٣٩,٢	١٣	٥,٨	٣	٠,٨	٦١	٢١,١	٧٠	٣١,٧
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٦)

توزيع مواد الرأي حسب اتجاه المادة وحسب الصحيفة



وتوضح بيانات الجدول رقم (٧٢) أن درجة الوضوح في اتجاه مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة تراوحت بين نسبة ٦٥٪ و٩٩٪ ، وهي ذات النسبة التي قدمها الجدول رقم (٥٨) عن درجة الوضوح في اتجاه المواد الصحفية بشكل عام .

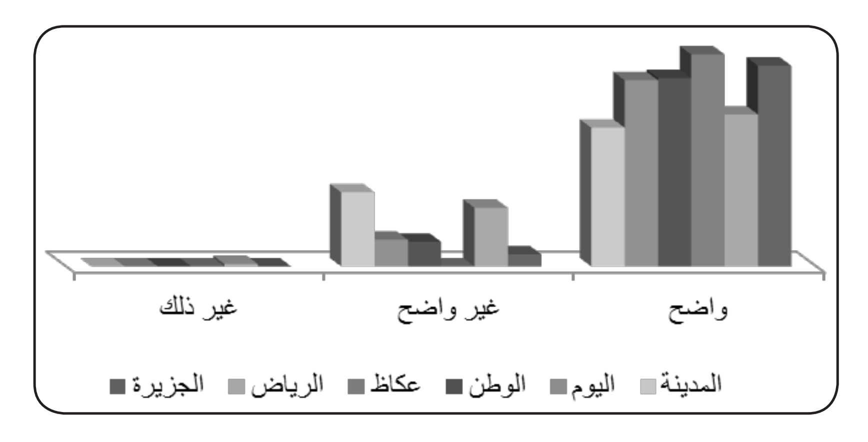
جدول رقم (٧٢)

توزيع مواد الرأي حسب درجة الوضوح وحسب الصحيفة

درجة الوضوح	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
واضح	٥١١	٩٤,٣	١٩٥	٧١,٤	٢٢٤	٩٩,٦	٣٤٧	٨٨,٥	٢٥٣	٨٧,٥	١٤٤	٦٥,٢
غير واضح	٣١	٥,٧	٧٥	٢٧,٥	٠	٠	٤٥	١١,٥	٣٦	١٢,٥	٧٧	٣٤,٨
غير ذلك	٠	٠	٣	١,١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٧)

توزيع مواد الرأي حسب درجة الوضوح وحسب الصحيفة



وعن طبيعة الطرح في مقالات الرأي ، أوضحت بيانات الجدول رقم (٧٣) أن الصحف – عينة الدراسة – قد تباينت في الأخذ بالأساليب (العقلاني / العاطفي / المشترك) ، فقد كان الأسلوب المشترك أو المختلط (عقلاني / عاطفي) أكثر بروزاً في مقالات (الوطن واليوم) بينما كان الأسلوب العاطفي أكثر وضوحاً في مقالات (الرياض والمدينة) ، والعقلاني في مقالات (الجزيرة)

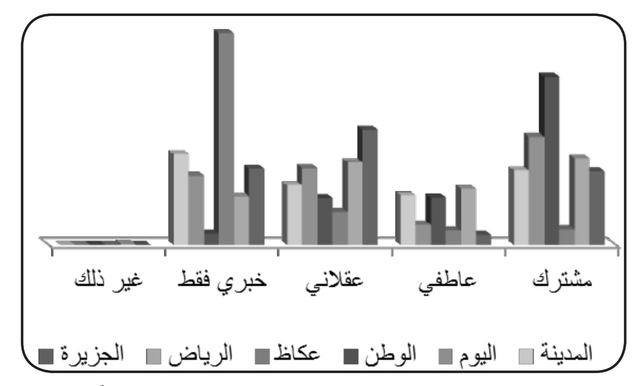
جدول رقم (٧٣)

توزيع مواد الرأي حسب طبيعة الطرح وحسب الصحيفة

طبيعة الطرح	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مشترك	١٤٥	٢٧	٨٦	٣٢	١٣	٦	٢٤٠	٦١	١١٤	٣٩	٦٠	٢٧
عاطفي	٢٠	٤	٥٦	٢١	١٢	٥	٦٨	١٧	٢١	٧	٤٠	١٨
عقلاني	٢٢٧	٤٢	٨٢	٣٠	٢٧	١٢	٦٧	١٧,١	٨١	٢٨	٤٨	٢٢
خبري فقط	١٥٠	٢٨	٤٨	١٨	١٧٦	٧٧	١٦	٤	٧٣	٢٥	٧٣	٣٣
غير ذلك	٠	٠	١	٠,٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٨)

توزيع مواد الرأي حسب طبيعة الطرح وحسب الصحيفة



ويتضح من بيانات الجدول رقم (٧٤)تراجع نسب الأسلوب الإطرائي مقابل أساليب النقد وتقديم المقترحات. إذ تراوحت نسبة الأسلوب الإطرائي بين ١٪ من مقالات (عكاظ) و٢٦٪ في مقالات (الرياض) ، وكانت مقالات (الوطن) الأكثر نقداً، ومقالات (عكاظ) الأقل في تقديم المقترحات .

وكانت بيانات الجدول رقم (٣٠) قد أشارت إلى أن أساليب (تقديم اقتراحات) جاءت في المقدمة في مقالات الرأي التي نشرتها الصحف – عينة الدراسة – تليها الأساليب النقدية ثم الاتجاه الإطرائي.

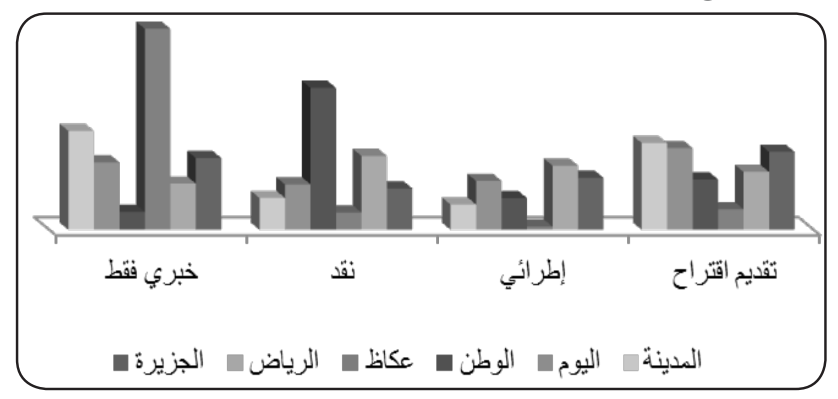
جدول رقم (٧٤)

توزيع مواد الرأي حسب الجدلية الأساسية وحسب الصحيفة

الجدلية الأساسية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تقديم اقتراح	١٧٤	٣٢,١	٦٥	٢٣,٨	١٩	٨,٤	٨١	٢٠,٧	٩٧	٣٣,٦	٧٩	٣٥,٧
إطرائي	١١٦	٢١,٤	٧٢	٢٦,٤	٣	١,٣	٥١	١٣	٥٨	٢٠,١	٢٣	١٠,٤
نقد	٩١	١٧	٨٣	٣٠,٤	١٦	٧,١	٢٢٩	٥٨,٤	٥٤	١٨,٧	٢٩	١٣,١
خبري فقط	١٦٠	٢٩,٥	٥٢	١٩	١٨٦	٨٢,٧	٢٩	٧,٤	٨٠	٢٧,٧	٩٠	٤٠,٧
المجموع	٥٤٢	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٣٩٢	١٠٠	٢٨٩	١٠٠	٢٢١	١٠٠

شكل رقم (٦٩)

توزيع مواد الرأي حسب الجدلية الأساسية وحسب الصحيفة



وتوضح بيانات الجدول رقم (٧٥) أن مقالات (الجزيرة والرياض) اعتمدت على أسلوب المعالجة الذي يبني مقالات الرأي على المعلومات (معلوماتي) ، بينما اتجهت مقالات (عكاظ ثم الوطن) نحو أسلوب المعالجة الإنشائي ، وجمعت مقالات (المدينة والجزيرة واليوم) الأسلوبين في النسبة الأكبر منها.

وفي نتائج التحليل العام لجميع الصحف في الجدول رقم (١٣) مؤشرات إجمالية على زيادة نسبة الأسلوب المعلوماتي في المعالجة الصحفية ، أما في تحليل مقالات الرأي في الجدول رقم (٣١) فقد جاء في المقدمة (الأسلوب المشترك) الذي يجمع بين الأسلوب الإنشائي والمعلوماتي، يليه الأسلوب الإنشائي ثم الأسلوب المعلوماتي، وهي نتيجة متوقعة في المقالات ومواد الرأي.

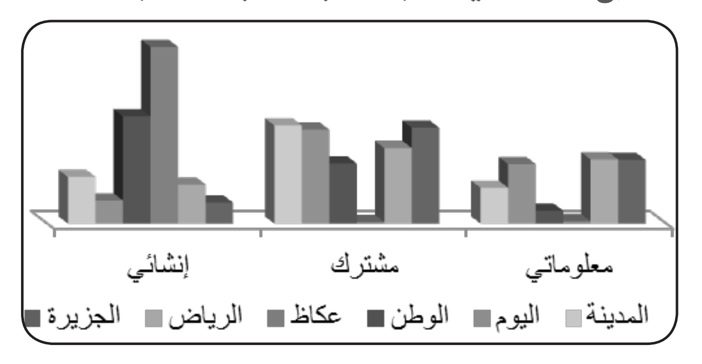
جدول رقم (٧٥)

توزيع مواد الرأي حسب أسلوب المعالجة وحسب الصحيفة

أسلوب المعالجة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
معلوماتي	١٩١	٣٥,٢	٩٧	٣٥,٥	٣	١,٣	٢٨	٧,١	٩٥	٣٢,٩	٤٤	١٩,٨
مشترك	٢٨٧	٥٣	١١٤	٤١,٨	٢	٠,٩	١٣٠	٣٣,٢	١٥٠	٥١,٩	١٢٠	٥٤,٣
إنشائي	٦٣	١١,٦	٥٩	٢١,٦	٢٢٠	٩٧,٨	٢٣٣	٥٩,٤	٣٧	١٢,٨	٥٧	٢٥,٨
المجموع	٥٤٢	٪١٠٠	٢٧٣	٪١٠٠	٢٢٥	٪١٠٠	٣٩٢	٪١٠٠	٢٨٩	٪١٠٠	٢٢١	٪١٠٠

شكل رقم (٧٠)

توزيع مواد الرأي حسب أسلوب المعالجة وحسب الصحيفة



التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة) في الكاريكاتير

توضح نتائج الجدول رقم (٧٦) أن أكثر الصحف تقديماً للكاريكاتير السياسي هي (المدينة واليوم والوطن) ، أما الكاريكاتير الاقتصادي فكان أكثر بروزاً في (الوطن وعكاظ) ، والكاريكاتير الرياضي في (الجزيرة والوطن) ، والكاريكاتير الاجتماعي في (الجزيرة والرياض). كانت النتائج الإجمالية في الجدول رقم (٣٧) قد أوضحت أن رسوم (الكاريكاتير) في الصحف السعودية - عينة الدراسة- اهتمت بالموضوعات الاجتماعية في المقام الأول ، تليها رسوم الكاريكاتير التي تناولت الشأن السياسي، ثم الشأن الاقتصادي .

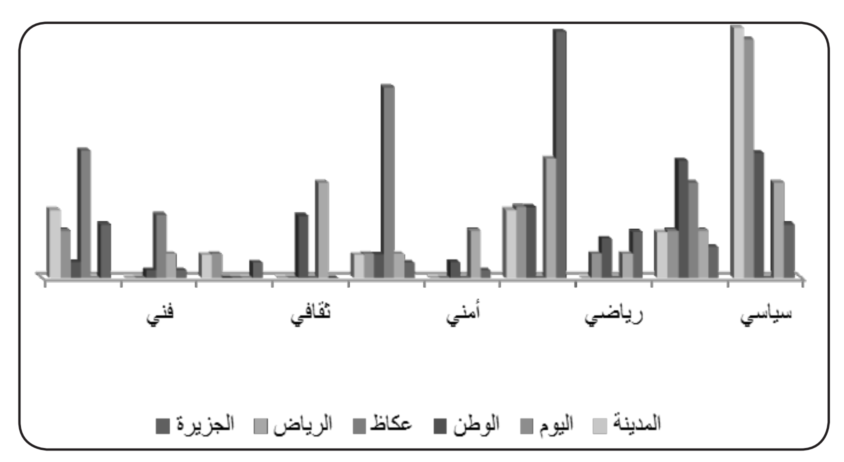
جدول رقم (٧٦)

توزيع الكاريكاتير حسب الموضوعات العامة وحسب الصحيفة

الموضوعات العامة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سياسي	٧	١١,٣	٤	٢٠	٠	٠	١٦	٢٦,٢	١٠	٥٠	١١	٥٢,٤
اقتصادي	٤	٦,٥	٢	١٠	٣	٢٠	١٥	٢٤,٦	٢	١٠	٢	٩,٥
رياضي	٦	٩,٧	١	٥	٠	٠	٥	٨,٢	١	٥	٠	٠
اجتماعي	٣٢	٥١,٦	٥	٢٥	٠	٠	٩	١٤,٩	٣	١٥	٣	١٤,٣
أمني	١	١,٦	٢	١٠	٠	٠	٢	٣,٣	٠	٠	٠	٠
تعليمي	٢	٣,٢	١	٥	٦	٤٠	٣	٤,٩	١	٥	١	٤,٨
ثقافي	٠	٠	٤	٢٠	٠	٠	٨	١٣,١	٠	٠	٠	٠
صحي	٢	٣,٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٥	١	٤,٨
فني	١	١,٦	١	٥	٢	١٣,٣	١	١,٦	٠	٠	٠	٠
غير ذلك	٧	١١,٣	٠	٠	٤	٢٦,٧	٢	٣,٣	٢	١٠	٣	١٤,٣
المجموع	٦٢	٪١٠٠	٢٠	٪١٠٠	١٥	٪١٠٠	٦١	٪١٠٠	٢٠	٪١٠٠	٢١	٪١٠٠

شكل رقم (٧١)

توزيع الكاريكاتير حسب الموضوعات العامة وحسب الصحيفة



تؤكد بيانات الجدول رقم (٧٧) المؤشرات السابقة لتحليل مضمون رسوم الكاريكاتير في الصحف إجمالاً والتي وردت في الجدول رقم (٣٨) وأشارت أن الموضوعات السياسية وموضوعات التسلية والترفيه جاءت في مقدمة الموضوعات التي يتناولها الكاريكاتير في الصحافة السعودية ،

وكانت كاريكاتيرات (عكاظ) الأكثر اهتماماً بموضوعات الفن والتسلية والترفيه، بينما نجد قضايا البيئة والسكان في كاريكاتير (الجزيرة) ، وفصّلت النتائج أيضاً طبيعة القضايا الاجتماعية في الكاريكاتير عام ٢٠٠٧ ، إذ توزعت بين قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة.

وأكدت النتائج في الجدول (٧٩) أيضا نتائج الجدول رقم (٧٨) التي أشارت إلى أن أكثر الصحف تقديماً للكاريكاتير السياسي هي (المدينة واليوم)، أما الكاريكاتير الاقتصادي فكان أكثر بروزاً في (الوطن وعكاظ) .

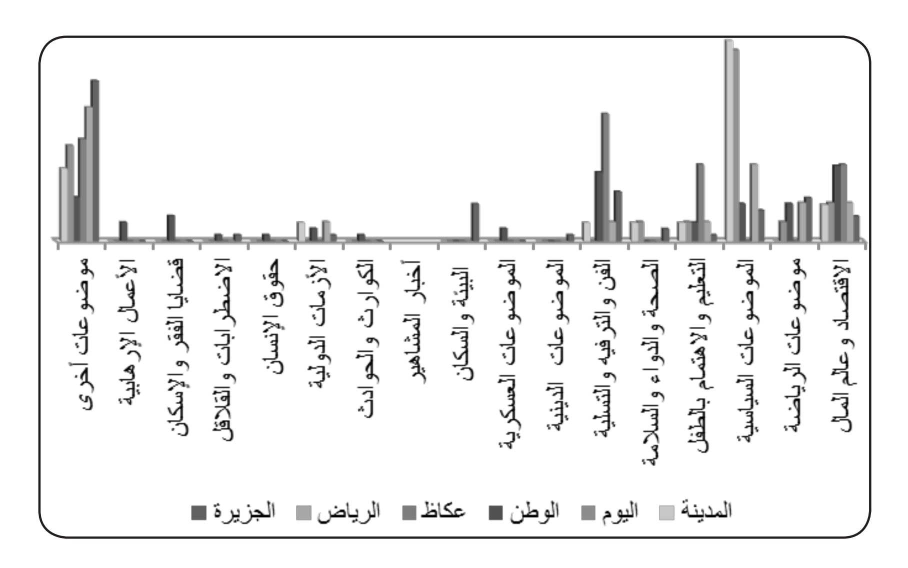
جدول رقم (٧٧)

توزيع الكاريكاتير حسب موضوعات المادة الصحافية المفضّلة وحسب الصحيفة

موضوعات الخاصة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٤	٧	٢	١٠	٣	٢٠	١٢	٢٠	٢	١٠	٣	١٠
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	٧	١١	٢	١٠	٠	٠	٦	١٠	١	٥	٠	٠
الموضوعات السياسية والحكومية	٥	٨	٤	٢٠	٠	٠	٦	١٠	١٠	٥٠	١١	
التعليم والاهتمام بالطفل	١	٢	١	٥	٣	٢٠	٣	٥	١	٥	١	٥
الصحة والدواء والسلامة	٢	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٥	١	٥
الفنون والترفيه والتسلية	٨	١٣	١	٥	٥	٢٣	١١	١٨	٠	٠	١	٥
الموضوعات والقضايا الدينية	١	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الموضوعات العسكرية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢	٢	٠	٠	٠	٠
البيئة والسكان	٦	١٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
أخبار المشاهير	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الكوارث والحوادث والمآسي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٢	٠	٠	٠	٠
الأزمات الدولية	١	٢	١	٥	٠	٠	٢	٣	٠	٠	١	٥
حقوق الإنسان	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٢	٠	٠	٠	٠
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول	١	٢	٠	٠	٠	٠	١	٢	٠	٠	٠	٠
قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٤	٧	٠	٠	٠	٠
الأعمال الإرهابية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣	٥	٠	٠	٠	٠
موضوعات أخرى	٢٦	٤٢	٧	٣٥	٤	٢٧	٧	١٢	٥	٢٥	٤	١٩
المجموع	٦٢	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٦١	١٠٠	٢٠	١٠٠	٢١	١٠٠

شكل رقم (٧٢)

توزيع الكاريكاتيرحسب موضوعات المادة الصحافية المفضلة وحسب الصحيفة



ويتضح من بيانات الجدول رقم (٧٨) أن نسبة ٥٠٪ فأكثر من رسوم الكاريكاتير في كل الصحف (ما عدا صحيفة المدينة) قد جاءت ضمن فئة (عام) التي تشير إلى الموضوعات التي تهم المملكة بشكل عام، وكانت الموضوعات المتصلة بالشأن الخارجي أكثر بروزاً في كاريكاتير (المدينة واليوم) ، والموضوعات الخاصة بمدينة الرياض أكثر بروزاً في كاريكاتير (الجزيرة والرياض).

وأكدت النتائج السابقة مؤشرات الجدول رقم (٣٩) التي أوضحت أن أكثر رسوم الكاريكاتير المنشور في الصحف السعودية (عينة الدراسة) جاءت ضمن فئة (عام) ، ولمتختلف هذه النتيجة عن نتائج التحليل العام – في الجدول رقم (٨) – ونتائج تحليل مقالات الرأي– في الجدول رقم (٢٦) .

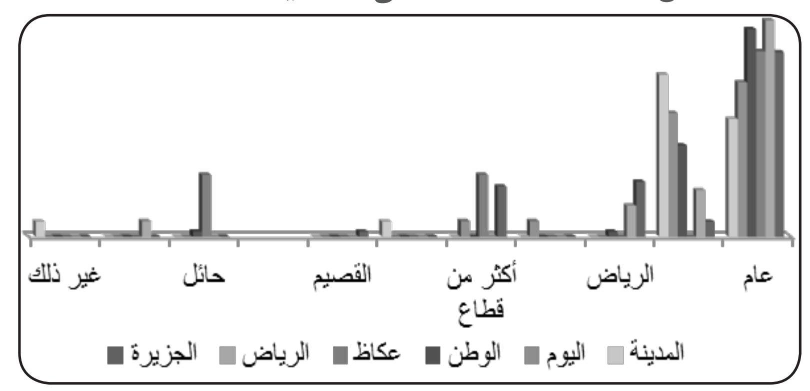
جدول رقم (٧٨)

توزيع الكاريكاتير حسب القطاع الإداري وحسب الصحيفة

القطاع الإداري	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عام	٣٧	٥٩،٧	١٤	٧٠	٩	٦٠	٤١	٦٧،٢	١٠	٥٠	٨	٣٨،١
خارجي	٣	٤،٨	٣	١٥	٠	٠	١٨	٢٩،٥	٨	٤٠	١١	٥٢،٤
الرياض	١١	١٧،٧	٢	١٠	٠	٠	١	١،٦	٠	٠	٠	٠
مكة المكرمة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٥	٠	٠
أكثر من قطاع	١٠	١٦،٢	٠	٠	٣	٢٠	٠	٠	١	٥	٠	٠
المدينة المنورة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٤،٨
القصيم	١	١،٦	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الجوف												
حائل	٠	٠	٠	٠	٣	٢٠	١	١،٦	٠	٠	٠	٠
الباحة	٠	٠	١	٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
غير ذلك	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٤،٨
المجموع	٦٢	١٠٠	٢٠	١٠٠	١٥	١٠٠	٦١	١٠٠	٢٠	١٠٠	٢١	١٠٠

شكل رقم (٧٣)

توزيع الكاريكاتير حسب القطاع الإداري وحسب الصحيفة



تشير بيانات الجدول رقم (٧٩) إلى تباين كبير بين اتجاهات رسوم الكاريكاتير التي نشرتها الصحف – عينة الدراسة – ، إذ كانت كاريكاتيرات (الرياض واليوم والمدينة) الأكثر سلبية، وفي صحيفة (الوطن) هيمن الاتجاه الإيجابي .

وكانت نتائج التحليل العام في الجدول رقم (٤٠) قد أوضحت أن الاتجاه الإيجابي مازال في المقدمة ، رغم الزيادة النسبية للاتجاه السلبي في نتائج تحليل الكاريكاتير مقارنة بتحليل مجمل المواد الصحفية أو تحليل مقالات الرأي.

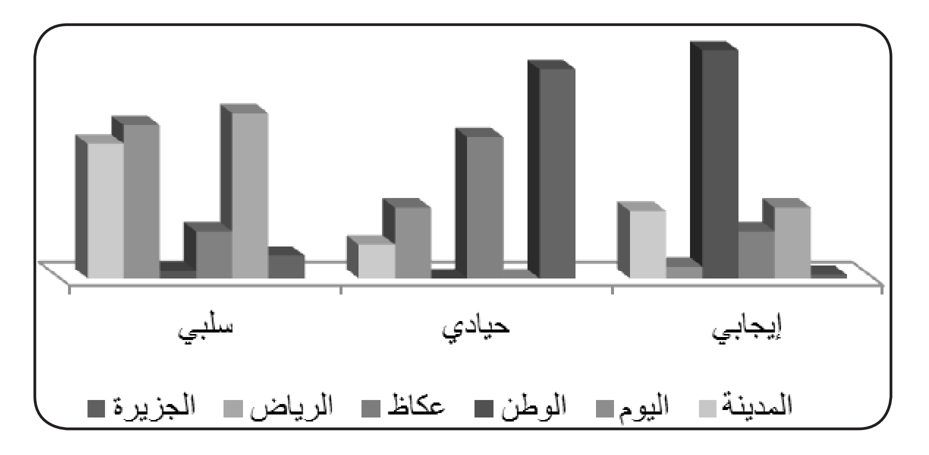
جدول رقم (٧٩)

توزيع الكاريكاتير حسب اتجاه المادة الإخبارية وحسب الصحيفة

اتجاه المادة الإخبارية	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
إيجابي	١	١,٦	٦	٣٠	٣	٢٠	٥٩	٩٦,٧	١	٥	٦	٢٨,٦
حيادي	٥٥	٨٨,٧	٠	٠	٩	٦٠	٠	٠	٦	٣٠	٣	١٤,٣
سلبي	٦	٩,٧	١٤	٧٠	٣	٢٠	٢	٣,٣	١٣	٦٥	١٢	٥٧,١
المجموع	٦٢	٪١٠٠	٢٠	٪١٠٠	١٥	٪١٠٠	٦١	٪١٠٠	٢٠	٪١٠٠	٢١	٪١٠٠

شكل رقم (٧٤)

توزيع الكاريكاتير حسب اتجاه المادة الإخبارية وحسب الصحيفة



التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة) حسب الإعلان

ويوضح الجدول رقم (٨٢) أن إعلانات الشركات والمؤسسات، تجاوزت نسبتها ٣٠٪ من العدد الإجمالي لكل الإعلانات في كل الصحف، وتراوحت بين ٣٠٪ من إعلانات (الجزيرة) و ٧١٪ من إعلانات (الرياض) .

أما الإعلانات المبوبة فقد تراوحت نسبتها بين ٣٪ (المدينة والرياض) وأكثر من ٢٨٪ في (اليوم والجزيرة) ، أما الإعلانات الخاصة بالمناسبات (تعزية- تهنئة- ترقية- ترحيب- شكر) فقد تراوحت نسبتها بين ٥٪ (المدينة وعكاظ) و٢٠٪ (الوطن) .

وجاءت أقل نسبة للإعلانات الحكومية في صحيفتي الجزيرة واليوم (٥٪) ، وأعلاها في صحيفة الوطن (١٦٪).

وأوضحت نتائج التحليل العام للإعلانات في الجدول رقم (٤١) أن نصف الإعلانات المنشورة في الصحف السعودية - عينة الدراسة - كانت إعلانات تجارية خاصة بالشركات والمؤسسات، تليها الإعلانات المبوبة ، ثم إعلانات المناسبات ، ثم الإعلانات الحكومية.

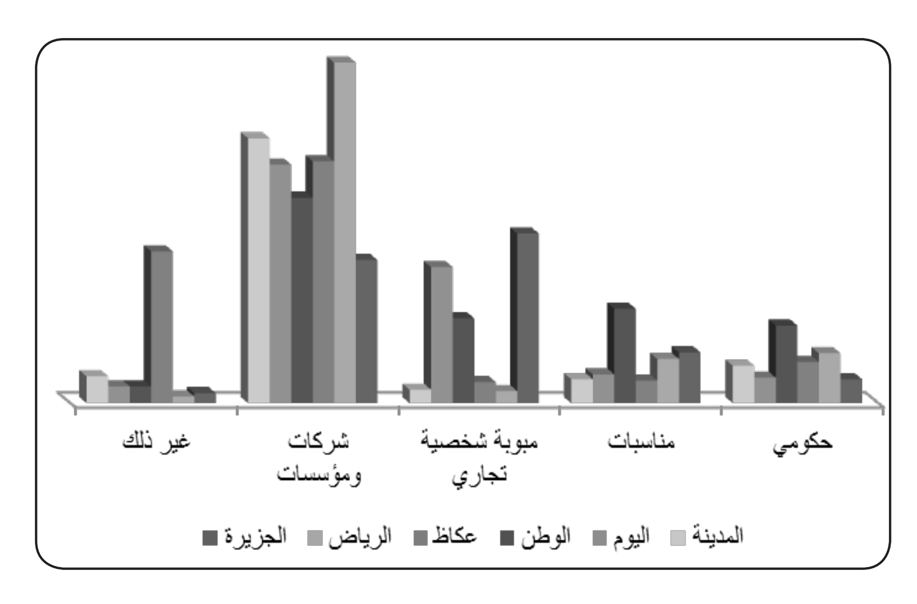
جدول رقم (٨٠)

توزيع المادة الاعلانية حسب نوع الإعلان

نوع الاعلان	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
حكومي	٣١	٥	٧٢	١٠,٤	٧٠	٨,٦	١٠٢	١٦,٢	٥	٥,٣	١٤	٧,٨
مناسبات	٦٥	١٠,٦	٦٤	٩,٢	٣٨	٤,٧	١٢٤	١٩,٧	١٧	٦	٩	٥
مبوبة شخصية	٢١٨	٣٥,٤	١٧	٢,٥	٣٦	٤,٤	١١٢	١٧,٧	٨١	٢٨,٤	٥	٢,٨
شركات ومؤسسات	١٨٤	٢٩,٩	٤٩٣	٧١,١	٤١٠	٥٠,٥	٢٧١	٤٢,٩	١٤٢	٤٩,٨	٩٩	٥٥,٣
غير ذلك	٣	٢,١	١٠	١,٤	٢٥٧	٣١,٧	٢٢	٣,٥	١٠	٣,٥	١٠	٥,٦
المجموع	٦١٦	١٠٠	٦٩٣	١٠٠	٨١٢	١٠٠	٦٣١	١٠٠	٢٨٥	١٠٠	١٧٩	١٠٠

شكل رقم (٧٥)

توزيع المادة الاعلانية حسب نوع الإعلان



وتوضح بيانات الجدول رقم (٨١) أن الإعلانات التي تندرج تحت فئة (عام) ولاتستهدف فئة واحدة فقط، كانت هي الأعلى نسبة في إعلانات جميع الصحف التي شملتها الدراسة، وتروواحت نسبتها بين ٣٥٪ في صحيفة (الرياض) وأكثرمن ٧٠٪ في (الوطن واليوم)

وجاءت إعلانات صحيفة الرياض أكثر من غيرها عن الشركات والمؤسسات وبدرجة أقل على الأجهزة الحكومية.

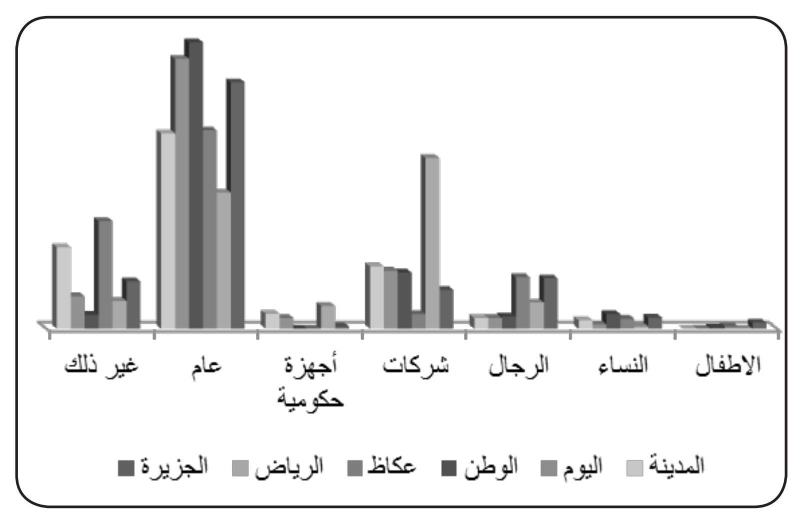
جدول رقم (٨١)

توزيع المادة الاعلانية حسب فئات الإعلان

فئات الاعلان	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الاطفال	١٠	١,٦	٠	٠	٥	٠,٦	٢	٠,٣	٠	٠	٠	٠
النساء	١٨	٢,٩	٤	٠,٦	٢١	٢,٦	٢٤	٣,٨	٣	١,١	٤	٢,٢
الرجال	٨١	١٣,١	٤٧	٦,٨	١٠٩	١٣,٤	٢٠	٣,٢	٨	٢,٨	٥	٢,٨
شركات	٦٢	١٠,١	٣٠٨	٤٤,٤	٣١	٣,٨	٩٢	١٤,٦	٤٣	١٥,١	٢٩	١٦,٢
أجهزةحكومية	٤	٠,٦	٤١	٥,٩	٠	٠	٠	٠	٨	٢,٨	٧	٣,٩
عام	٣٩٥	٦٤,١	٢٤٥	٣٥,٤	٤١٩	٥١,٦	٤٧٠	٧٤,٥	٢٠٠	٧٠,٢	٩١	٥٠,٨
غيرذلك	٦٢	١٢,٣	٥٠	٧,٢	٢٢٧	٢٨	٢٣	٣,٦	٢٤	٨,٤	٣٨	٢١,٢
المجموع	٦١٦	٪١٠٠	٦٩٣	٪١٠٠	٨١٢	٪١٠٠	٦٣١	٪١٠٠	٢٨٥	٪١٠٠	١٧٩	٪١٠٠

شكل رقم (٧٦)

توزيع المادة الاعلانية حسب فئات الإعلان



وتبين نتائج الجدول رقم (٨٢) الخاص بتوزيع إعلانات المناسبات في الصحف التي شملتها الدراسة أن إعلانات التهنئة تركزت في (الوطن وعكاظ)، وإعلانات الترحيب في (الوطن والمدينة)، وإعلانات الشكر في (الجزيرة) ، والتعازي في (الجزيرة والرياض)

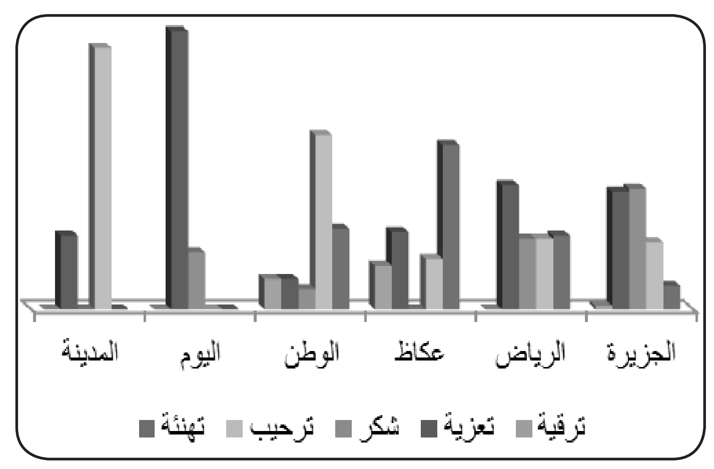
جدول رقم (٨٢)

توزيع المادة الاعلانية حسب جنسية مضمون إعلان المناسبات

مضمون إعلان المناسبات	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تهنئة	٥	٧	١٤	٢٢	١٩	٤٩	٢٩	٢٤	٠	٠	٠	٠
ترحيب	١٤	٢٠	١٣	٢١	٦	١٥	٦٣	٥٢	٠	٠	٧	٧٨
شكر	٢٥	٣٦	١٣	٢١	٠	٠	٧	٦	١	١٧	٠	٠
تعزية	٢٤	٣٥	٢٣	٣٧	٩	٢٣	١١	٩	٥	٨٣	٢	٢٢
ترقية	١	١	٠	٠	٥	١٣	١١	٩	٠	٠	٠	٠
المجموع	٦٩	١٠٠	٦٣	١٠٠	٣٩	١٠٠	١٢١	١٠٠	٦	١٠٠	٩	١٠٠

شكل رقم (٧٧)

توزيع المادة الاعلانية حسب جنسية مضمون إعلان المناسبات



وتوضح بيانات الجدول رقم (٨٣) أن نسبة الإعلانات المبوبة التجارية كانت أكثر من الإعلانات المبوبة الشخصية في جميع الصحف التي شملتها الدراسة عدا صحيفة واحدة (الرياض)

وبشكل عام كما أوضحت نتائج التحليل العام للإعلانات المبوبة في الجدول رقم (٤٦)فقد بلغت نسبة الإعلانات التجارية المبوبة خمسة أضعاف حجم الإعلانات المبوبة الشخصية في الصحف السعودية – عينة الدراسة – .

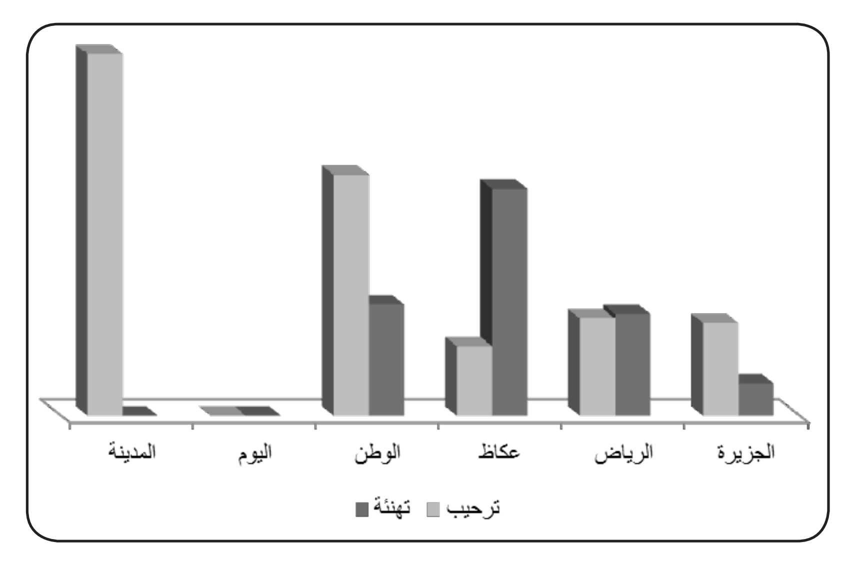
جدول رقم (٨٣)

توزيع الإعلانات المبوبة في كل صحيفة

الاعلانات المبوبة	الجزيرة		الرياض		عكاظ		الوطن		اليوم		المدينة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مبوبة شخصية	٢٢	١٧	١٤	٨٨	٣٠	٣٥	٤	٥	٢	٣	٣	٤٣
مبوبة تجارية	١٠٧	٨٣	٢	١٣	٥٦	٦٥	٨٤	٩٥	٧٧	٩٧	٤	٥٧
المجموع	١٢٩	٪١٠٠	١٦	٪١٠٠	٨٦	٪١٠٠	٨٨	٪١٠٠	٧٩	٪١٠٠	١٧٩	٪١٠٠

شكل رقم (٧٨)

توزيع الإعلانات المبوبة في كل صحيفة



مناقشة النتائج

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وفق الإجراءات والأساليب المتبعة في الدراسات الإعلامية. واستهدفت تحليل مضمون ست صحف من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً ، وهي صحف (الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة) وتحددت الفترة الزمنية للتحليل بالعام ٢٠٠٧م ، بهدف معرفة السمات التحريرية والفنية والإعلانية في الصحافة السعودية. واعتمدت الدراسة (المادة الصحافية) كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالا، أو خبرا، أو تقريرا، أو تحقيقا، أو كاريكاتيرا أو إعلاناً. ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة ، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.

وفي الإطار النظري، صنّفت الدراسة التراث العلمي في دراسات الصحافة السعودية منذ نشأة الصحافة في المملكة العربية السعودية حتى اليوم ، واستعرضت بالتفصيل دراسات النشأة والبدايات، والدراسات التي رصدت ملامح التطور لفترات زمنية طويلة، ودراسات المعالجة الصحفية واتجاهات الخطاب، ودراسات (أولويات الاهتمام) في الصحافة السعودية ، ودراسات الصورة الذهنية، والسمات

التحريرية والفنية للصحافة السعودية، والسياسة الإعلامية والتشريعات الصحفية، واقتصاديات الصحافة السعودية، والدراسات التي تناولت الصحافة السعودية المتخصصة، وانتهاءً بالدراسات المقارنة بين الصحافة السعودية وغير السعودية.

أما في الجزء التحليلي ، فقد تم استعراض وتفسير نتائج الدراسة وتحليلها في محورين رئيسين هما : (التحليل العام للصحف) ثم (التحليل المقارن بين الصحف) واستعرضت الدراسة في كل محور نتائج عامة ، ونتائج تتعلق بمقالات الرأي ، ونتائج خاصة بالكاريكاتير ونتائج خاصة بالإعلانات ، على النحو التالي:

أولاً: النتائج العامة في التحليل الإجمالي والمقارن بين الصحف:

- جاءت المادة الإخبارية في المرتبة الأولى مقارنة بالمواد الصحافية الأخرى المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) ، وجاء الإعلان في المرتبة الثانية. وتراوحت نسبة المواد الإخبارية بين ٥٨٪ (كما في صحيفة الرياض) و٧٥٪ تقريباً (كما في صحيفة المدينة) . أما الإعلانات فقد تراوحت نسبتها بين ١٠٪ (صحيفة المدينة) و٣٢٪ تقريباً (عكاظ) . وتراوحت نسبة مقالات الرأي بين ٩٪ تقريباً (عكاظ)، و١٧,٥٪ (الجزيرة) ، وتراوحت نسبة الكاريكاتير بين أقل من ١٪ (الرياض – عكاظ) و ٢٪ (الجزيرة – الوطن) .

- تصدرت الموضوعات الاقتصادية اهتمامات الصحف السعودية - عينة البحث- وأظهرت النتائج مؤشرات واضحة حول الاهتمام المتزايد للصحافة السعودية بالشأن الاقتصادي والاجتماعي، مقابل تراجع الاهتمام نسبياً بالموضوعات السياسية والأمنية، وهي الموضوعات التي كانت تحتل مركز الصدارة في فترات الأزمات السياسية والاضطرابات الأمنية. وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المركز الأول من اهتمامات كل الصحف، ماعدا صحيفة (الجزيرة) التي أولت اهتماماً أكبر بالموضوعات الاجتماعية. وجاءت الموضوعات الرياضية في المركز الثاني من اهتمامات (الجزيرة / عكاظ / المدينة) بينما سجلت الموضوعات الثقافية بروزاً افضل في (صحيفة الرياض) وكان الاهتمام الأكبر بقضايا السياسة في (الوطن) . وتراوح الاهتمام بموضوعات الفن والتسلية والترفيه بين ١٪ (عكاظ والمدينة) و٨٪ تقريباً في (الجزيرة والوطن) .

- كشفت النتائج التفصيلية في الدراسة طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت باهتمام الصحافة السعودية في العام ٢٠٠٧ ، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، مقابل تراجع واضح في الاهتمام بقضايا الإرهاب والاضطرابات والقلاقل والأزمات ، في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي للاهتمام بقضايا التنمية المحلية.

- جاءت الموضوعات المحلية فيالمقدمة وفق توزيع المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية – عينة البحث– حسب الإطار الجغرافي بنسبة ٧٨٪، مقابل ٩٪ للموضوعات العربية و٢٪ فقط الموضوعات التي تناولت الإطار الجغرافي الخليجي، وفسّرت الدراسة ذلك بالاستقرار النسبي في منطقة الخليج مقابل الأحداث والتطورات المهمة في الساحة العربية عام ٢٠٠٧ ،. وتراوحت نسبة الموضوعات المحلية بين ٧٢٪ (الوطن) و ٨٣٪ (عكاظ) . أما الإطار الجغرافي العربي والدولي، فقد حظي بنسبة تقل عن ١٠٪ من تناولات معظم الصحف التي شملتها الدراسة ، وكانت صحيفة (المدينة) أكثر تناولاً للشأن الإسلامي .

جاءت المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) تحت فئة (عام) في المرتبة الأولى ، تلتها المادة الصحفية تحت فئة خارجي ، وتصدرت المواد الصحفية الخاصة بمدينتي (الرياض ومكة المكرمة) بقية المواد الخاصة بالمدن الأخرى. وتراوحت نسبة المادة الصحفية تحت فئة (عام) بين نسبة ١٧٪ تقريباً (الرياض) ، و ٤٢٪ تقريباً (الوطن) . وكانت الموضوعات الخاصة بمدينة الرياض العاصمة أكثر بروزاً في صحيفتي (الرياض) ثم (الجزيرة)، بينما سجلت الموضوعات الخاصة بمكة المكرمة الحضور الأبرز في صحيفتي (المدينة) ثم (عكاظ). وكانت صحيفة (اليوم) الأكثر اهتماماً بالمنطقة الشرقية ، و(الوطن) الأكثر اهتماماً بالمنطقة الجنوبية . ومع أن ذلك يعتبر متوقعاً ، على أساس مكان الصدور (والقرب المكاني) للصحيفة ومقرها الرئيس، إلا أن النتيجة العامة التي تشير إلى أن الموضوعات العامة التي تهم (المملكة إجمالاً) ولا ترتبط بمنطقة أو مدينة معينة كانت هي الأبرز بشكل عام، وهو ما يدعم توصيف الصحف الست التي شملتها الدراسة، بأنها صحف وطنية **National**،تختلف عن الصحف الأقليمية.

- حظي (القطاع الخاص) بالنسبة الأعلى في توزيع المادة الصحفية بناءً على الجهة التي تناولتها، في إشارة إلى الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي في الفترة الزمنية التي شملتها الدراسة.
- أكدت النتائج غلبة الاتجاه الإيجابي في المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة، وأكدت أيضاً وضوح الاتجاه في ٨٧٪ من المادة الصحفية التي شملها التحليل. وجاء الطرح المشترك أو المختلط (عقلاني/ عاطفي) في المقدمة ، يليه الطرح العاطفي ، ثم العقلاني. وحسب الجدلية الأساسية، أشارت النتائج إلى تراجع (الاتجاه الإطرائي) إلى مستوى أقل من ٤٠٪ ، مقابل الاتجاه النقدي وتقديم الاقتراحات ، بعد أن كان السائد في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي في فترات سابقة غلبة الاتجاهات الإطرائية على الاتجاهات النقدية ، وغياب البعد النقدي والتقويمي. ولم تتجاوز نسبة الاتجاه السلبي ٢٤٪ في مواد بعض الصحف (مثل صحيفة المدينة) بينما كان الاتجاه السلبي أقل من ذلك بكثير في بقية الصحف، وكانت نسبة ٥٠٪ أو أكثر من المواد الصحفية التي نشرتها صحف الدراسة (ما عدا صحيفتي الرياض والمدينة) تأخذ بالأسلوب الخبري، وكان الأسلوب المشترك أو المختلط (عقلاني / عاطفي) أكثر بروزاً في (الجزيرة ، اليوم ، والمدينة) ، بينما كان الأسلوب العاطفي أكثر وضوحاً في (الرياض ، عكاظ) ، والعقلاني في (الجزيرة والمدينة).
- تعتمد الصحف السعودية بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية في الحصول على المواد الصحفية من خلال الاعتماد على مراسلي ومندوبي الصحيفة، ومكاتبها الداخلية والخارجية. وجاء الإعتماد على وسيلة إعلامية أخرى كمصدر للمادة الإخبارية بنسبة ٧٪، وتصدرت وكالة الأنباء السعوية، بقية وكالات الأنباء العربية والدولية في اعتماد الصحف السعودية (عينة الدراسة) عليها كمصدر للمادة الإخبارية ، تليها وكالة (الصحافة الفرنسية) ووكالة (رويترز) .
- أشارت نتائج الدراسة إلى ندرة اعتماد الصحافة السعودية على وكالات الأنباء الخليجية والعربية ، في تقديم مادتها الصحفية، وهي نتيجة تضع علامات استفهام كبرى حول جهود التنسيق الإعلامي العربي، على الأقل في مستواه الرسمي الذي تمثل وكالات الأنباء الرسمية جانباً مهماً فيه.

- تضمنت الصفحات الأولى في الصحف التي شملتها الدراسة ١١٪ من المواد الصحفية، مقابل ٣٪ في الصفحة الأخيرة ، و٧٨٪ في الصفحات الداخلية، والبقية في الملاحق. وتراوحت نسبة المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الداخلية بين ٦١٪ (كما في صحيفة الرياض) و ٩٢٪ (كما في صحيفة عكاظ) . أما المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأول فقد تراوحت بين ٤٪ (كما في عكاظ) و١٨٪ (كما في صحيفة اليوم)، وتراوحت نسبة المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأخيرة بين ٢,٥٪ (صحيفة الرياض) و٥,١٪ (صحيفة المدينة) ، أما الملاحق، فكان نصيبها من المادة الصحفية في الغالب أقل من ١٪ ، إلا في حالات نادرة.
- كانت أكثر من نصف المواد الصحفية المنشورة في الصحف – عينة الدراسة – مصحوبة بمواد مرئية ومصورة، مثل الصور الشخصية وصور من مواقع الحدث، وبدرجة أقل الأشكال التوضيحية والرسوم البيانية والجداول والإحصاءات. وسجلت الصور الشخصية النسبة الأعلى في صحيفة (المدينة) ، بينما كان الحضور الأفضل للصور من موقع الأحداث في صحيفة (الوطن).

أوضحت النتائج أن القيمة الإخبارية المعروفة بـ(أخبارذات نتيجة جيدة **Good News**) والمقصود بها أن يكون المحتوى الخبري يشير أو يصل إلى نتيجة إيجابية مثل علاج مرض ما أو إنقاذ من خطر أو كارثة وغير ذلك من الأمور الإيجابية سُجّلت في نسبة ٢٥٪ من كل المواد الصحفية المنشورة في الصحف عينة الدراسة. تليها الأخبارالمرتبطة باهتمامات الناس وحياتهم، ، ثم (أخبار ذات نتيجة سيئة) ، ثم الأخبار التي تتناول (أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي) و (المشاهير) وقيمة (الضخامة) ثم أخبارالمتابعةالمستمرة. وكانت الأخبارذات النتيجة الجيدة متقاربة في كل الصحف إلى أنها أكثر بروزاً في (عكاظ) وكذلك الأخبارالمتابعةأوالمستمرة، أما الأخبار مرتبطة باهتمامات الناس، فسجلت حضوراً أفضل في صحيفتي (الجزيرة واليوم)، مقابل تفوق صحيفة (الرياض) في أخبار الشخصيات والمؤسسات والدول والأخبار ذات النتيجة السيئة.

- أشارت النتائج إلى أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة بنسبة ١٩٪ ، مقابل ٢٥٪ توزعت على فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية. وهي نتيجة مهمة باتجاه تحديد اهتمامات الصحف السعودية إزاء النخبة والجمهور، خاصة أن تركيز وسائل الإعلام على النخب السياسية والثقافية والفنية، وإهمال اهتمامات وقضايا أفراد الجمهور من المآخذ الرئيسة على الأداء الإعلامي في المجتمعات العربية وغير العربية. وتعطي النتيجة السابقة ، مؤشراً يبعث على التفاؤل في اتجاه الصحافة السعودية للاهتمام بشكل أكبر بقضايا المواطن، وجعله المحور الرئيس للمادة الصحفية المنشورة.

ثانياً - نتائج التحليل العام والمقارن لمقالات الرأي:

- أوضحت النتائج أن مشاركة الأنثى ككاتبة لمقالات الرأي ما تزال محدودة، وسجلت أفضل النسب في صحيفتي (الوطن) و (الرياض)، بينما كانت أقل الكتابات النسائية في مقالات الرأي في صحيفتي (الجزيرة) و (اليوم). وكان ٨٧٪ من كتّاب صفحات الرأي في الصحافة السعودية من الذكور، وبلغت نسبة حملة الدكتوراه ١٢٪ من كتّاب مقالات الرأي، وبلغت نسبة المقالات للكتّاب السعوديين ٥٣٪، مقابل ٣٦٪ من الكتّاب العرب.

- جاءت الموضوعات الاجتماعية على رأس القائمة كمادة صحفية لكتّاب الرأي في الصحف السعودية - عينة الدراسة - تليها الموضوعات الثقافية، ثم السياسية ثم الرياضية ثم الاقتصادية. وبذلك تكون القضايا الاجتماعية قد نجحت في أن تكون في مركز الصدارة في اهتمامات كتّاب الرأي في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة، وكان اهتمام مقالات الرأي في الصحف السعودية – عينة الدراسة – بالشأن السياسي متقارباً ، وتراوحت نسبته بين ١٢٪ (الجزيرة ، الرياض ، عكاظ) و ٢١٪ (الوطن) . بينما تراوحت نسبة اهتمام مقالات الرأي بالشأن الاجتماعي بين ١٠٪ (الرياض) و٥٢٪ (الجزيرة) . والشأن الاقتصادي بين ٢٪ (الجزيرة) و١٢٪ تقريباً (الوطن) ، والشأن الرياضي بين ٥٪ (الوطن) و١٤٪ (الرياض). وكان الشأن الثقافي أكثر بروزاً في مقالات صحيفة الرياض

، والموضوعات الدينية في مقالات صحيفة المدينة. وتميزت مقالات (الوطن) بتقديم مادة أكبر عن قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات للمحتاجين، والأزمات الدولية، وحقوقالإنسان.

- أشارت نتائج التحليل إلى اهتمام الصحف السعودية بالشأن المحلي، بنسبة ٨٢٪ من مواد الرأي التي نشرتها الصحف خلال فترة الدراسة ، مقابل ٨٪ فقط للشأن الدولي ، و ٧٪ للشأن العربي. وتراوحت نسبة الاهتمام بالشأن المحلي في مقالات الرأي بين نسبة ٦٩٪ (الوطن) و٩٠٪ (اليوم) . أما الشأن العربي فحظي بنسبة تراوحت بين ٢٪ (من مقالات اليوم وعكاظ) و١٦٪ من مقالات (الوطن). وكانت نسبة الاهتمام بالشأن الدولي في مقالات الرأي تتراوح بين ٤٪ من مقالات (الجزيرة) و١٢٪ (الوطن). أما الشأن الخليجي فكانت نسبة الاهتمام به في مقالات الرأي في الصحف عينة الدراسة تدور حول نسبة ١٪ فأقل في معظم الصحف. وفي الشأن الإسلامي، كانت أفضل النسب التي رصدتها الدراسة في مقالات صحيفتي (المدينة والوطن) .
- أكدت النتائج ارتفاع نسبة الموضوعات التي تتناول الشأن المحلي (العام) في مواد الرأي ، وكان اهتمام مقالات الرأي بالقضايا ذات البعد الوطني الذي يهم المملكة بشكل عام يساوي تقريباً ضعف اهتمام المواد الصحفية إجمالاً بتلك القضايا. وهو مؤشر إيجابي على ارتفاع الهم الوطني العام في كتابات الرأي في الصحافة السعودية . وجاءت مقالات الرأي التي تناولت القطاعات العامة (التي تشمل المملكة بشكل عام) في الصدارة ، بنسب تتراوح بين ٤٢٪ (الجزيرة) و٦٤٪ (المدينة). وتراوح اهتمام مقالات الرأي بالشأن الخارجي بين ٥٪ (الجزيرة) و٢٩٪ (الوطن) . وركز اهتمام مقالات الرأي على موضوعات تتعلق بالقطاع الخاص في جميع الصحف ما عدا صحيفتي الرياض والوطن.
- أكدت نتائج التحليل وجود زيادة نسبية في الاتجاه السلبي لمقالات الرأي، وإن كان الاتجاه الإيجابي هو الغالب إجمالاً. وكانت مقالات الرأي الأكثر إيجابية في صحيفتي (الوطن وعكاظ)، والأكثر سلبية في (الرياض والمدينة). وتراوحت درجة الوضوح في اتجاه مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة بين نسبة ٦٥٪ و٩٩٪.

- استحوذ الطرح المشترك أو المختلط (عقلاني / عاطفي) على نسبة تقترب من نصف مقالات الرأي التي شملها التحليل، يليه أسلوب الطرح العقلاني ثم الاتجاه العاطفي، وجاءت أساليب (تقديم اقتراحات) في المقدمة تليها الأساليب النقدية ثم الاتجاه الإطرائي. أما عن أسلوب المعالجة فقد جاء في المقدمة (الأسلوب المشترك) الذي يجمع بين الأسلوب الإنشائي والمعلوماتي، يليه الأسلوب الإنشائي ثم الأسلوب المعلوماتي. وكان الأسلوب المختلط أكثر بروزاً في مقالات (الوطن واليوم) بينما كان الأسلوب العاطفي أكثر وضوحاً في مقالات (الرياض والمدينة) ، والعقلاني في مقالات (الجزيرة والرياض). وتراوحت نسبة الأسلوب الإطرائي بين ١٪ من مقالات (عكاظ) و٢٦٪ في مقالات (الرياض) ، وكانت مقالات (الوطن) الأكثر نقداً، ومقالات (عكاظ) الأقل في تقديم المقترحات. واعتمدت مقالات (الجزيرة والرياض) على أسلوب المعالجة الذي يبني مقالات الرأي على المعلومات (معلوماتي) ، بينما اتجهت مقالات (عكاظ ثم الوطن) نحو أسلوب المعالجة الإنشائي، وجمعت مقالات (المدينة والجزيرة واليوم) الأسلوبين في النسبة الأكبر منها.
- توزعت نسبة ٨٨٪ من مقالات الرأي في الصحافة السعودية – عينة الدراسة – في الصفحات الداخلية ، بينما تم نشر الباقي في الصفحات الأولى، والأخيرة ، وفي الملاحق المختلفة، بنسب متساوية قدرها ٤٪ لكل منها. وتراوحت نسبة مقالات الرأي التي نشرت في الصفحات الداخلية بين ٧٣٪ من مقالات (الرياض) و٩٩٪ من مقالات (الجزيرة). أما نسبة مواد الرأي التي وردت في الصفحات الأولى فتراوحت نسبتها بين أقل من ١٪ (معظم الصحف) ، ونسبة ٩٪ كما في صحيفة الرياض. وخلت الصفحات الأولى في (عكاظ واليوم والمدينة) من مقالات الرأي خلال فترة الدراسة. وتراوحت نسبة مقالات الرأي المنشورة في الصفحات الأخيرة بين نسبة أقل من ٣٪ (الرياض) إلى ٧٪ (الوطن). وكانت نسبة مقالات الرأي المنشورة في ملاحق صحيفة (المدينة) خلال فترة الدراسة هي الأعلى.

- جاءت أكثر من نصف المقالات بدون أي مادة مرئية مصاحبة، وهو أمر متوقّع، لاعتماد المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب، وكانت المادة المرئية الأكثر شيوعاً هي (الصورة الشخصية) لكاتب المقال. وتراوحت نسبة مقالات الرأي التي لم تكن مصحوبة بأي مادة مرئية بين ٣٤٪ (الجزيرة) و٩٣٪ (الوطن)، وكانت ٥٠٪ فأكثر من مقالات الرأي في كل الصحف (ما عدا صحيفتي عكاظ والوطن) تتضمن صوراً شخصية مصاحبة لمقالات الرأي. أما الصور الأخرى (مثل الصور من مواقع الحدث و الجداول والأشكال التوضيحية والرسوم..) فكانت نسب حضورها أقل بكثير في مقالات الرأي في جميع الصحف.

كان (المواطن) هو الشخصية الرئيسية في مقالات الرأي التي شملتها الدراسة بنسبة ٢٥٪ . وبنسب تراوحت بين ١٠٪ من مقالات (عكاظ) و ٣٤٪ من مقالات (الوطن). أما بقية الفئات المتملثة في فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية، فلم تتجاوز نسبة مقالات الرأي التي جعلتها مادتها الرئيسة نسبة ١٠٪ إلا في مقالات (الرياض ، والجزيرة ، والوطن) واستندت ربع المقالات إلى أخبار مرتبطة باهتمامات الناس، تليها المقالات التي استندت إلى الأخبار ذات النتيجة الجيدة، ثم المقالات التي ركزت على إبراز أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي**The power Elite**، ثم المقالات التي تناولت موضوعات تتعلق بالمشاهير.

ثالثاً : نتائج تحليل (الكاريكاتير):

- اهتمت رسوم (الكاريكاتير) في الصحف السعودية - عينة الدراسة– بالموضوعات الاجتماعية بنسبة ٢٦٪ ، تليها رسوم الكاريكاتير التي تناولت الشأن السياسي، ثم الشأن الاقتصادي . وتضع هذه النتيجة تأكيداً جديداً على اهتمام الخطاب الصحفي السعودي مؤخراً بالشأن الاجتماعي أكثر من غيره ، وهو ما أكدته أيضاً نتائج التحليل العام لمجموع المواد الصحفية ، وكذلك في تحليل مقالات الرأي. وكانت أكثر الصحف تقديماً للكاريكاتير السياسي هي (المدينة واليوم والوطن)، أما الكاريكاتير الاقتصادي فكان أكثر بروزاً في (الوطن وعكاظ) ،والكاريكاتير

الرياضي في (الجزيرة والوطن) ،والكاريكاتيرالاجتماعيفي (الجزيرة والرياض). وكانت كاريكاتيرات (عكاظ) الأكثر اهتماماً بموضوعات الفن والتسلية والترفيه، بينما نجد قضايا البيئة والسكان في كاريكاتير (الجزيرة) .

- حظيت موضوعات الترفيه والتسلية في الكاريكاتير بما يعادل تقريباً ثلاثة أضعاف اهتمام المواد الصحافية إجمالاً بتلك الموضوعات ، وضعفي اهتمام مقالات الرأي ، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة فن الكاريكاتير، كفن ساخر، يتميز بالأسلوب الناقد الذي يمزج النقد اللاذع بروح الفكاهة والمرح.
- جاءت معظم رسوم الكاريكاتير المنشورة في الصحف السعودية (عينة الدراسة) ضمن فئة (عام) التي تشير إلى الموضوعات التي تهم المملكة بشكل عام، ، تليها الموضوعات الخارجية، ثم الموضوعات الخاصة بمدينة الرياض. وكانت الموضوعات المتصلة بالشأن الخارجي أكثر بروزاً في كاريكاتير (المدينة واليوم)، والموضوعات الخاصة بمدينة الرياض أكثر بروزاً في كاريكاتير (الجزيرة والرياض).
- أشارت النتائج إلى زيادة نسبية للاتجاه السلبي، من ١١٪ في التحليل الإجمالي للمواد الصحفية إلى ١٤٪ في مقالات الرأي ، إلى ٢٥٪ في رسوم الكاريكاتير ، وهي نتائج تتفق مع نتائج الدراسات السابقة. وكانت كاريكاتيرات (الرياض واليوم والمدينة) الأكثر سلبية، وفي صحيفة (الوطن) هيمن الاتجاه الإيجابي .

رابعاً : نتائج تحليل الإعلانات:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن نصف الإعلانات المنشورة في الصحف السعودية - عينة الدراسة - كانت إعلانات تجارية خاصة بالشركات والمؤسسات، مقابل ١٥٪ إعلانات مبوبة ، تليها إعلانات المناسبات (تعزية- تهنئة- ترقية- ترحيب- شكر)، ثم الإعلانات الحكومية. وتراوحت نسبة إعلانات الشركات والمؤسسات بين ٣٠٪ منإعلانات (الجزيرة) و ٧١٪ من إعلانات (الرياض) . أماالإعلانات المبوبة فقد تراوحت نسبتها بين ٣٪ (المدينة والرياض) وأكثرمن ٢٨٪ في (اليوم والجزيرة) ، أما الإعلانات الخاصة بالمناسبات فقد تراوحت نسبتهابين ٥٪ (المدينة وعكاظ) و٢٠٪ (الوطن) . وجاءت أقل نسبة للإعلانات الحكومية في صحيفتي الجزيرة واليوم (٥٪) ، وأعلاها في صحيفة الوطن (١٦٪).

- كانت الإعلانات التي تندرج تحت فئة (عام) ولا تستهدف فئة واحدة فقط، هي الأعلى نسبة في إعلانات جميع الصحف التي شملتها الدراسة، وتروواحت نسبتها بين ٣٥٪ في صحيفة (الرياض) وأكثرمن ٧٠٪ في (الوطن واليوم). وركزت إعلانات صحيفة الرياض أكثر من غيرها على الشركات والمؤسسات وبدرجة أقل على الأجهزة الحكومية.

- بلغت الإعلانات التجارية المبوبة أربعة أضعاف حجم الإعلانات المبوبة الشخصية في الصحف السعودية – عينة الدراسة –
- كانت ٦٩٪ من الإعلانات التي نشرتها الصحف السعودية خلال فترة الدراسة ، هي إعلانات عن (العطور، مكياج، أزياء، ملابس نسائية) ، تليها إعلانات المستشفيات والمستوصفات والمراكز الصحية، ثم إعلانات العقارات ، واستقدام العمالة .
- تركزت إعلانات مناسبات التهنئة في صحيفتي (الوطن وعكاظ)، وإعلانات الترحيب في (الوطن والمدينة) ،وإعلانات الشكرفي (الجزيرة) ، والتعازي في (الجزيرة والرياض) .
- كانت الإعلانات عن الخدمات أكثر من إعلانات السلع ، وهي نتيجة تفتح مجالاً واسعاً لجهود بحثية يمكن أن تقدم تفسيرات مفصلة عن تطور سوق الإعلانات في المملكة العربية السعودية في السنوات الأخيرة، واتجاه الصحف نحو إعلانات الخدمات في الآونة الأخيرة، وارتباط ذلك بحجم سوق الخدمات والسلع في المملكة.

المراجع:

أولاً: رسائل الماجستير والدكتوراه

١. التركي، ماجد عبدالعزيز، (١٤١٨هـ) مقومات تكامل العمل الإعلامي بين السياسة الإعلامية والمؤسسات الصحفية في المملكة العربية السعودية – دراسة تحليلية تقويمية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٢. التويم، عبدالله بن محمد (١٤٢١ هـ) العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض.

٣. الجبرين، عبدالرحمن بن سعد (١٤٢٩ هـ) الصحافة العسكرية في المملكة العربية السعودية – دراسة تحليلية لمجلات (الدفاع) و (الأمن) و (الحرس الوطني) ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.

٤. الدعيلج ، إبراهيم (١٤٠٣هـ – ١٤٠٤هـ) : الصحف السعودية ودورها في تحقيق الأهداف التربوية ، رسالة ماجستير "غير منشورة" جامعة أم القرى

٥. الزهراني، أحمد جمعان، (١٤٢٨هـ/ ٢٠٠٧م) دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية – دراسة في تحليل المضمون ، رسالة ماجستير "غير منشورة" قسم الإعلام كلية الآداب– جامعة الملك سعود.

٦. الزهراني ، عبدالله بن صالح الحسني (١٤٢٦هـ) الصورة الذهنية للمعلم في الصحافة السعودية – دراسة تحليلية مقارنة خلال عشرين عاماً ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض

٧. الشاعر، عبدالعزيز (١٤١٨هـ) الصورة الذهنية لرجل الأمن السعودي ومدى إسهام وسائل الإعلام في تكوينها، دراسة ميدانية تحليلية تقويمية مقارنة على عينة من أفراد المجتمع السعودي ووسائل الإعلام السعودية خلال الفترة من ١/٢ - ٣٠ / ٧/ ١٤١٢ هـ ، رسالة دكتوراه «غير منشورة» كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

٨. الشلهوب، عبدالملك بن عبدالعزيز، (١٤٢٥ هـ) فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية: دراسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٩. العتيبي، تركي (١٤١٧ هـ) مشكلات الإدارة المدرسية كما تصورها مجلتا اليمامة واقرأ السعوديتان، دراسة مسحية تحليلية لإعداد المجلتين خلال ست سنوات للفترة من بداية عام ١٤١١هـ إلى نهاية عام ١٤١٦هـ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ، أم القرى

١٠. العجمي، محمد بن سعد بن عامر (١٤٢٣ هـ / ٢٠٠٣م) المقال في الصحافة السعودية - دراسة في الخطاب الإعلامي ، رسالة ماجستير «غير منشورة» كلية الآداب جامعة الملك سعود.

١١. العسكر، فهد بن عبدالعزيز، (١٤١٧هـ) "تطور إخراج الصفحة الأولى في الصحف السعودية" ، دكتوراه ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود.

١٢. العصيمي ، مبارك بن عياد ، (١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦ م) المعالجة الصحفية لأخبار الدفاع المدني في الصحافة السعودية- دراسة تحليلية لمضمون أربع صحف يومية ، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.

١٣. العنزي، صالح بن زيد ، (١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦م) إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الإنترنت) دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية

١٤. الكلباني ، علي عبدالله (٢٠٠٧م) المجلات العسكرية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

١٥. المغامسي ، أمين أحمد، (١٤١٥هـ) تطور الخبر في الصحافة السعودية.. دراسة تحليلية مقارنة على عينة من ثلاث جرائد في الفترة من١ / ١١ / ١٣٨٣هـ – ٢٩ / ١٠ / ١٤٠٨ هـ ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة، فرع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمدينة المنورة.

١٦. المقرن ، سعود ، سعد (١٤٠٧هـ) فن العمود الصحفي – دراسة تحليل مضمون الأعمدة في صحيفتي الجزيرة والرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض.

١٧. المهنا، سامي أحمد محمد ، (١٩٩٩م) القيم الإخبارية في الصحافة العربية – دراسة تحليلية مقارنة لصحف الرياض والشرق الأوسط السعوديتين، والأهرام المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب ، جامعة المنيا.

١٨. المهنا، سلطان (١٤٢٢هـ) مدى تفاعل التربويين مع القضايا التربوية في صحيفة الرياض السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم التربية ، جامعة الملك سعود، الرياض.

١٩. بن عبدي ، علي عبدالله عبد رب الرسول ، (١٤٢٣هـ – ١٤٢٤هـ) اهتمامات الصحافة في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية – دراسة تحليلية لمضمون الصفحات الأولى ، رسالة ماجستير "غير منشور" ، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض

٢٠. صابر، يوسف محمد (١٤١٠هـ - ١٩٩٠م) الهيكل المالي للمؤسسات الصحفية السعودية وأثره على الرسالة الصحفية، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد والإدارة جامعة الملك عبد العزيز، جدة

٢١. عالم ، نبيل جميل ، (١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧م) ، الصورة الذهنية للولايات المتحدة في الصحافة السعودية - دراسة تحليلية وصفية لأربع صحف سعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب ، جامعة الملك سعود، الرياض.

٢٢. عثمان، عثمان أبوزيد، (١٤٠٩) لغة الخبر في الصحافة العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٢٣. عوض الله، غازي زين(١٩٨٨) الصحافة الأدبية في المملكة العربية السعودية، ١٩٢٤ - ١٩٨٥ ، رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة.

٢٤. قزاز، طارق بكر عثمان ، (١٤٢٢ هـ) طبيعة النقد الفني المعاصر في الصحافة السعودية، رسالة ماجستير في التربية الفنية من جامعة أم القرى.

ثانياً :الدراسات المنشورة فيا لدوريات، والمؤتمرات العلمية :

١. الأحمد، محمد بن سليمان، (١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧ م) الصحافة السعودية وأزمة الأسهم، المنتدى الإعلامي السنوي الرابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود - الرياض

٢. البدر، حمود بن عبد العزيز، (محرم /١٤٢٤هـ،مارس / ٢٠٠٣م) الإعلام البرلماني (تجربة مجلس الشورى بالمملكة العربية السعودية) ورقة مقدمة في المنتدى السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض

٣. البعيز، إبراهيم بن عبدالعزيز،(١٤٢٤هـ ٢٠٠٣م) إطار نظري مقترح لدراسة البنية التحتية للإعلام السعودي، ورقة مقدمة للملتقى الإعلامي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال،الرياض .

٤. الحمود عبدالله: العسكر، فهد (٢٠٠٢م) إصدارات الصحف السعودية المطبوعة على الإنترنت في ضوء السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية - دراسة تقويمية- القاهرة: المؤتمر العلمي السنوي الأول لأكاديمية أخبار اليوم: "الصحافة وآفاق التكنولوجيا "القاهرة .

٥. الخشرمي، سحر أحمد، (ذي القعدة ١٤٢٨ / ديسمبر ٢٠٠٧) التغطية الصحفية العربية لقضايا الإعاقة، ورقةبحثية مقدمة في ندوة "الإعلام والإعاقة" جامعة الملك سعود، الرياض

٦. الدغفق،هدى، (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) المعوقات التي تواجه الصحافية السعودية،ورقة مقدمة في المنتدى السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض

٧. الزهراني ، م وآخرو ن (١٩٩٧)، دور الصحافة في التثقيف الصحي، ورقة عمل مقدمة لندوة التثقيف الصحي لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، أبوظبي.

٨. الشامخ، محمد عبد الرحمن : " نشأة الصحافة في المملكة العربية السعودية " ،مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، السنة الأولى، العدد ٣ ،جمادى الآخرة ١٣٩٥هـ - ١٩٧٥م

٩. الشامخ، محمد عبد الرحمن : " الصحافة في الحجاز في أوائل العهد السعودي من ١٣٤٣هـ (١٩٢٤م) إلى ١٣٦٠هـ (١٩٤١م) (١) " ،مجلة العرب، السنة الخامسة، العدد ٤ ، شوال ١٣٩٠هـ.

١٠. الشريف، سامي محمد (١٩٩٦) الأخبار العربية في الصحف الخليجية : دراسة تحليلية مقارنة لمحتوى عينة من الصحف الخليجية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية - إعلام، عدد ٨١

١١. الشهري، فايز بن عبد الله، (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت، بحث مقدم لندوة "الإعلام السعودي سمات الواقع واتجاهات المستقبل" المنتدى الإعلامي الأول محرم١٤٢٤هـ مارس ٢٠٠٣ –الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود - الرياض

١٢. الشهري، ياسر (محرم ١٤٣١هـ ديسمبر ٢٠٠٩)، الاستثمارات الإعلامية للمؤسسات الخيرية السعودية: دراسة نقدية، المنتدى الخامس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض

١٣. الطياش، فهد (١٤٢٤هـ ٢٠٠٣م) توجهات استثمار القطاع الخاص في الإعلام السعودي: دراسة حالة للمجموعة السعودية للأبحاث والتسويق، المنتدى الإعلامي السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض

١٤. العربي،عثمان (١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧ م) الاستراتيجيات المتبعة في الاستجابة الاتصالية لثلاث أزمات مؤسسية، المنتدى الإعلامي السنوي الرابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود –الرياض.

١٥. العناد،عبد الرحمن(١٩٩٤) تحليل مضمون الصفحة الأولى في الصحف اليومية السعودية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٧٤ ،ص ١٣– ٢٧

١٦. سليمان بن عبيد العنزي،(١٤٢٤هـ ٢٠٠٣م) قراءة في نظام المطبوعات والنشر السعودي (١٤٢١هـ)، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود – الرياض

١٧. القرني،علي بن شويل(١٩٩٢م) خصائص الصحافة السعودية: دراسة تحليل مضمون الصحافة اليومية، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك.

١٨. القرني، علي بن شويل (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) الخطاب الإعلامي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية الاجتماعية، بحث مقدم للقاء الوطني الثاني للحوار الفكري بمكة المكرمة، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

١٩. القرني، علي بن شويل (١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦م) معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة، مركز بحوث كلية الآداب– جامعة الملك سعود، الرياض.

٢٠. المطيري، عبدالرحمن بن نامي، (١٤٢٨هـ / ٢٠٠٧ م) الصحافة السعودية ومأساة الطفلة رزان–دراسة تحليلية لعينة من الصحف السعودية، المنتدى الإعلامي السنوي الرابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود –الرياض.

٢١. المغامسي، أمين بن أحمد، (١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٥م) دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية–دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الجرائد اليومية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز : الآداب والعلوم والإنسانية، م ١٣ ،ص ٢٨١ – ٣٢٨

٢٢. المقوشي، عبد العزيز بن علي، قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية، مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، الرياض، ٢٠٠٠م

٢٣. بيت المال، حمزه والسهلي، خالد،(١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٤ م) اتجاهات المقالات التحريرية بعد ١١ سبتمبر في الصحافة السعودية: صحيفة الشرق الأوسط نموذجا، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.

٢٤. خالد ، محمد بن سعود ، مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد و الواقع: التجربة السعودية، المنتدى الإعلامي الأول ، الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال، جامعة الملك سعود ، الرياض، ٢٦-٢٨/ محرم/ ١٤٢٤هـ ٢٩-٣١/ مارس/٢٠٠٣م

٢٥. عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان، الجوهرة بنت فهد الزامل (فبراير ١٤٢٤هـ، مارس ٢٠٠٤) اتجاهات الصحافة السعودية نحو الجمعيات الخيرية، بحث مقدم إلى الندوة الكبرى التابعة لمركز البحوث، جامعة الملك سعود، الرياض

٢٦. عوض الله، غازيزين، (١٤١٧ هـ / ١٩٩٧ م) الرؤيا العربية للدور الأمريكي في قضية السلام العربي الإسرائيلي – قراءة تحليلية في صحيفتي (عكاظ) السعودية،و (الأهرام) القاهرية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز : الآداب والعلوم والإنسانية، م ١٠ ، ص ٧٥ – ١٠٤

٢٧. قزاز، حسن عبد الحي (ربيع الأول ١٤٠٦ هـ) الإعلام في عهد الملك عبد العزيز آلسعود، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي عن تاريخ الملك عبد العزيز، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

٢٨. مدكور ، مرعي زايد ، الإعلان في الصحافة السعودية، مجلة التعاون، العدد ٥١ ، يونيو ٢٠٠٠م ، ص ٨٩ - ١٠٩

٢٩. نجادات علي عقلة، وعلاونة حاتم سليم ، "فن الكاريكاتير في الصحافة اليومية الأردنية: دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الدستور والعرب اليوم، الجامعة الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد ٣٥ ، العدد ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٣٥ –٥٢.

ثالثا: الكتب:

١. حافظ، عثمان (١٣٩٨هـ) تطورالصحافة في المملكة العربية السعودية، جـ١ ،ط٣ جدة : شركة المدينة للطباعة والنشر

٢. الشبيلي، عبدالرحمن بن صالح (١٤٢١هـ ٢٠٠٠م).، الإعلام في المملكة العربية السعودية: دراسة وثائقية وصفية وتحليلية، مطبعة سفير، الرياض.

٣. العربي، عثمان (١٤٢٤هـ) التربية والتعليم في الصحافة السعودية – دراسة تحليلية، وزارة التربية والتعليم، الرياض.

٤. العسكر، فهد (١٤٢٤هـ) تطور الصحافة السعوديّة في عهد خادم الحرمين الشريفين ١٤٠٢-١٤٢٣هـ، وزارة التعليم العالي وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية الرياض.

٥. القرني، علي بن شويل (١٤٢٤ هـ / ٢٠٠٢ م) الخطاب الإعلامي – العربي والسعودي نموذجاً، ط١ ، مطبعة الجريد، الرياض.

٦. القفاري، عبد الله بن سليمان، (١٤٣٠هـ / ٢٠٠٩ م) الإعلام العلمي في الصحافة السعودية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الرياض.

٧. عبدالحميد، محمد ، وسائل الاتصال المطبوعة، في: د. علي عجوة وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال ، (جدة: مكتبة مصباح، ١٤٠٩هـ)

٨. هاشم، هاشم عبده (١٤٠١) الاتجاهات العددية والنوعية للدوريات السعودية. جدة : تهامة

رابعاً: تقارير ووثائق ودراسات من شبكة الإنترنت:

(تأريخ الوصول: محرم /صفر ١٤٣١هـ)

١. الخميسي، أحمد حسن،(بدون تاريخ)صحافة الأطفال في الوطن العربي – دراسة متاحة على شبكة الإنترنت في

http://www.odabasham.net/cat.php?catid=19

٢. الدعيلج، إبراهيم بن عبد العزيز (١٤٢٥هـ / ٢٠٠٤م) ،إسهام (الكاريكاتير) الصحفي السعودي في تسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية – دراسة تحليل مضمون، بحث منشور على شبكة الانترنت،في:

http://www.aljazirah.com/magazine/23032004/drash6.htm

٣. الشبيلي، عبدالرحمن بن صالح، (١٤١٨) الإعلام في عهد الملك عبد العزيز، مطبوعات مؤتمر المملكة العربية السعودية في مائة عام، دارة الملك عبدالعزيز، الرياض، متاحفي

http://www.darah.org.sa/bohos/Data/13/11-1.htm

٤. العربي، عثمان (بدون تاريخ) دراسة الإعلان في وسائل الإعلام السعودية : دراسة تاريخية مقارنة، متاحة في موقع جامعة الملك سعود على شبكة الإنترنت في:

http://faculty.ksu.edu.sa/arabi/default.aspx

٥. العسكر، فهد بن عبدالعزيز، (١٤١٩ هـ) ظروف نشأة الصحافة في المملكة العربية السعودية، مطبوعات مؤتمر المملكة العربية السعودية في مائة عام، دارة الملك عبدالعزيز، الرياض، متاح في :

http://www.darah.org.sa/bohos/Data/13/12-1.htm

٦. عاشور، مصطفى (ذي القعدة ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦/١٢/٤م) الصحافة النسائية في العالم العربي، متاح على الانترنت في

http://www.islamonline.net/Arabic/history/institution/topic_02/1427/12/01.shtml

٧. مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، الدراسات التأسيسية لصحيفة الوطن السعودية، عام ١٤١٨هـ/ ١٩٩٧م

http://www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=41

٨. مركز ستانهوبل بحث سياسة الاتصالات (٢٠٠٣م) دراسة في سياسات وقوانين وسائل الإعلام في بلدان الشرق الأوسط والمغرب، لندن، متاح على الإنترنت في

http://www.internews.org/regions/mena/amr/default.shtm

٩. نادي دبي للصحافة وشركة (برايسووترهاوسكوبرز) (٢٠٠٩) نظرة على الإعلام العربي ٢٠٠٨ – ٢٠١٢ – توقعات مستقبلية تحليلات لواقع وآفاق الإعلام التقليدي والرقمي في العالم العربي. متاح على الإنترنت في :

www.dpc.org.ae

١٠. هاشم، هاشم عبده (١٤١٨) الإعلام السعودي- دراسة في الهوية الإسلامية، مطبوعات مؤتمر المملكة العربية السعودية في مائة عام، دارة الملك عبد العزيز، الرياض، متاحفي:

http://www.darah.org.sa/bohos/Data/13/13-1.htm

ملحق

العد والترميز في استمارة تحليل المضمون

١. الرقم التسلسلي

بداية عملية الترميز تبدأ من عمود خانة الرقم التسلسلي، بحيث يشمل رقم تسلسلي لكل مادة صحفية.

٢. التاريخ

تسجيل تاريخ نشر المادة الصحفية والتي تشمل على ثلاثة فراغات حدد الأول منها ليكون لليوم والثاني للشهر فيما تكتب السنة في الفراغ الثالث.

٣. اليوم

سيأخذ كل يوم من أيام الأسبوع القيمة المقابلة له في الجدول كما يلي:

اليوم	القيمة
السبت	١
الأحد	٢
الاثنين	٣
الثلاثاء	٤
الأربعاء	٥
الخميس	٦
الجمعة	٧

٤. اسم الصحيفة

يشمل الفراغ المتعلق بهذه الخانة رقم الصحيفة والمحددة على النحو التالي:

الصحيفة	القيمة
الرياض	١
الجزيرة	٢
الوطن	٣
عكاظ	٤
اليوم	٥
المدينة	٦

٥. الموقع

تأخذ المادة الصحفية أكثر من موقع على صفحات الصحف، حسب القيمة المبينة في الجدول التالي:

الموقع	القيمة
صفحة أولى	١
صفحة داخلية	٢
صفحة أخيرة	٣
ملحق ثقافي	٤
ملحق اقتصادي	٥
ملحق إعلاني	٦
ملحق رياضي	٧
ملحق تقني (تكنولوجي)	٨
ملحق ديني	٩
ملحق إضافي	١٠

٦. الشكل الفني

تأخذ المادة الصحفية العديد من الأشكال، الرجاء بعد قراءتها رصد شكلها بالقيمة المبينة وفق كل نوع من الأنواع التالية:

شكل المادة	القيمة
الخبر	١
التحقيق / تقرير	٢
مقابلة	٣
مقال	٤
افتتاحية	٥
كاريكاتير	٦
إعلان	٧

٧. جنس الكاتب/المحرر

ذكر (١)   أنثى (٢)   غير محدد أو لم يظهر(٠ /صفر)

٨. مؤهل الكاتب

دكتوراه (١)   غير ذلك (٢)

٩. الإطار الجغرافي للمادة الإخبارية

الإطار الجغرافي	القيمة
محلي	١
خليجي	٢
عربي (غير خليجي)	٣
إسلامي	٤
دولي (بريطانيا)	٥
دولي (فرنسا)	٦
دولي (الولايات المتحدة الأمريكية)	٧

دولي (روسيا)	٨
دولي (الصين)	٩
دولي (اليابان)	١٠
دولي (أخرى)	١١

١٠. درجة البروز

سيتم قياس بروز المادة الصحفية بكتابة عدد الأعمدة للعنوان الرئيسي.

١١. المساحة

ويقصد بها أن تقاس المادة الصحفية أياً كانت بـ سم /عمود. (عدد الأعمدة في طول المادة بالـ: سم/عمود)

١٢. المادة المرئية

المادة المرئية	القيمة
بدون (لا توجد)	١
صورة شخصية	٢
صورة حدث	٣
صورة شخصية +صورة حدث	٤
رسوم بيانية	٥
رسم تشكيلي	٦
جداول وإحصائيات	٧

١٣. الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	القيمة
سياسي	١
اقتصادي	٢
عسكري (وزارة الدفاع)	٣
أمني (وزارة الداخلية)	٤
تعليمي	٥
ثقافي	٦
صحي	٧
رياضي	٨
فني	٩
اجتماعي	١٠
ديني	١١
التعليم الجامعي	١٢
موضوعات برلمانية وشوروية	١٣
غير ذلك	١٤

١٤. موضوعات المادة الصحفية المفصلة

يتنوع موضوع المادة الصحفية إلى عدة أنواع، وبعد قراءة المادة الصحفية ينبغي أن يرصد موضوعها بالرقم المحدد قرين كل نوع كما هو موضح فيما يلي:

- الفن والترفيه والتسلية ويأخذ الرقم (١)

ويقصد بهذه الفئة أن يكون موضوع الخبر يتعلق بالفن والشعر والأدب والمسرح والسينما وغير ذلك.

- أخبار المشاهير ويأخذ الرقم (٢)

وتعني هذه الفئة أن يكون موضوع الخبر متعلق بالمشاهير والأحداث التي يقومون بها أو تحصل لهم من زواج أو طلاق أو وفيات وغير ذلك.

- الجرائم والمحاكمات ويأخذ الرقم(٣)

ويقصد بهذه الفئة أن يكون موضوع المادة الإخبارية مرتبط بالجريمة والقضاء وأنظمة المحاكم المدنية أو الموضوعات المتعلقة بالفصل في قضايا الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية.

- الكوارث والحوادث والمآسي ويأخذ الرقم(٤)

ويتعلق موضوع هذه الفئة بأخبار الزلازل والبراكين والفيضانات وسقوط الطائرات وغير ذلك من هذه الأحداث.

- الاقتصاد وعالم المال والأعمال ويأخذ الرقم(٥)

ويقصد بهذه الفئة أن يكون موضوع الأخبار يعنى بالتجارة والأسواق وتحويل الأموال والصناعات والنفط وأسعار الأسهم وتعليق ديون الدول وغير ذلك من الأمور الاقتصادية.

- التعليم والاهتمام بالطفل ويأخذ الرقم(٦)

كل ما يشير إلى موضوعات التعليم العام والأهلي الأساسي والجامعي ورياض الأطفال وتعليم الكبار والأمية وكل ما يتعلق بالقضايا التعليمية والتربوية.

- البيئة والسكان ويأخذ الرقم(٧)

وتعني كل ما يشير إلى الظواهر البيئية والسكانية والتحذيرات التي تطلقها المنظمات الدولية بالنسبة للأخطار التي تواجه البيئة والسكان إضافةً إلى الفعاليات الرسمية العالمية المتعلقة بهذا الموضوع وموضوعات التلوث.

- الصحة والدواء والسلامة ويأخذ الرقم (٨)

وتعني الأمور والموضوعات المتعلقة بالقضايا الطبية والعمليات الجراحية والأدوية والعقاقير والاكتشافات والبحوث الطبية والأمراض المزمنة والخطيرة وغير ذلك.

- حقوق الإنسان ويأخذ الرقم (٩)

ويقصد بها الموضوعات المتعلقة بالحريات وحقوق الملكية الفكرية وحقوق المرأة وحقوق الطفل وحقوق الصحفيين والإضرابات والاعتصام في السجون أو غيرها.

- الأزمات الدولية ويأخذ الرقم (١٠)

وهي من مثل الموضوعات المتعلقة بقضايا الصراعات والأزمات التي تتدخل فيها الأمم المتحدة بكافة منظماتها التابعة لها مثل أزمة اللاجئين من دارفورد أو المجاعة في الدول الأفريقية وقضايا حفظ السلام وغيرها.

- الموضوعات العسكرية ويأخذ الرقم(١١)

كل ما يشير إلى استخدام القوة العسكرية وموضوعات التسلح والصرف على الأسلحة وصفقات شراءها والاستعراضات والمناورات التي تقوم بها الدول والمفاوضات الدولية لنزع الأسلحة ومن ضمنها أسلحة الدمار الشامل والمعاهدات التي تبرم لأجل ذلك، أو سحب القوات من مكان ما وكذلك زيادة عددها... الخ.

- الموضوعات السياسية والحكومية ويأخذ الرقم (١٢)

ويقصد بها الزيارات والوفود الرسمية بين البلدان على كافة الأصعدة والفعاليات الانتخابية والديمقراطية والتعددية السياسية والمحادثات والعلاقات بين الدول والاتفاقيات.

- قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات للمحتاجين من الكوارث والمجاعات ويأخذ الرقم(١٣).

- الموضوعات والقضايا الدينية ويأخذ الرقم (١٤)

ويقصد بها أخبار الديانات والمشاعر المقدسة وطقوس ودور العبادة الإسلامية أو المسيحية أو اليهودية أو أخبار الشخصيات الدينية والصراعات الطائفية والمذهبية الدينية.

- الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول ويأخذ الرقم(١٥)

- العلوم والاكتشافات والمخترعات والبحوث العلمية وتأخذ الرقم(١٦)
- موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية ويأخذ الرقم(١٧)
- الأعمال الإرهابية ويأخذ الرقم (١٨)

ويقصد بها الموضوعات التي تتناول أعمال التفجيرات في المباني وتفخيخ السيارات واحتجاز الرهائن، وإلى غير ذلك، وليس بغرض المقاومة من استعمار أو احتلال مثلما يحصل في فلسطين أو العراق.

- موضوعات أخرى غير محددة ويأخذ الرقم(١٩)

الموضوعات المفصلة	القيمة
الفن والترفيه والتسلية	١
أخبار المشاهير	٢
الجرائم والمحاكمات	٣
الكوارث والحوادث والمآسي	٤
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٥
التعليم والاهتمام بالطفل	٦
البيئة والسكان	٧
الصحة والدواء والسلامة	٨
حقوق الإنسان	٩
الأزمات الدولية	١٠
الموضوعات العسكرية	١١
الموضوعات السياسية والحكومية	١٢
قضايا الفقر والإسكان والبطالة	١٣
الموضوعات والقضايا الدينية	١٤
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات	١٥
العلوم والاكتشافات والمخترعات والبحوث العلمية	١٦
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	١٧
الأعمال الإرهابية	١٨
موضوعات أخرى غيرمحددة	١٩

١٥ . الشخصية الرئيسية في الخبر

القيمة	الشخصية الرئيسية في الخبر
١	شخصيات قيادية عليا؛ وتشمل (ملك، ولي عهد، رئيس دولة، رئيس حكومة، نواب رؤساء حكومات)
٢	شخصيات ملكية (الأمراء)
٣	شخصيات وزارية وتشمل: (وزراء، نواب وزراء، وكلاء الوزارات)
٤	شخصيات برلمانية (أعضاء مجلس شوروى)
٥	أساتذة الجامعات
٦	مدراء عموم
٧	مدراء إدارات
٨	مواطنون
٩	شخصيات اعتبارية (الأمم المتحدة، جامعة الدول العربية)
١٠	غيرذلك

١٦ . مصدر المادة الإخبارية

القيمة	مصدر المادة
١	ذاتي
٢	وكالة الأنباء السعودية
٣	وكالة رويترز
٤	وكالة الصحافة الفرنسية فرانس برس (أ.ف.ب)
٥	وكالة يونايتد برس
٦	وكالة الأسوشيتدبرس

وكالات أنباء خليجية	٧
وكالات أنباء عربية	٨
وكالات أنباء دولية أخرى	٩
شبكة الإنترنت	١٠
وسيلة إعلامية أخرى	١١
مشترك	١٢

١٧. القطاع الإداري

القطاع الإداري	القيمة
الرياض	١
مكة المكرمة	٢
الشرقية	٣
القصيم	٤
الجوف	٥
حائل	٦
المدينة المنورة	٧
عسير	٨
جازان	٩
نجران	١٠
الحدود الشمالية	١١
الباحة	١٢
تبوك	١٣
عام (المملكة)	١٤
خارجي	١٥
أكثر من قطاع	١٦

١٨ . الجهة:

حكومي (١) قطاع خاص (٢) غير ذلك (٣)

١٩ . اتجاه المادة الإخبارية

تأخذ المادة الصحفية ثلاثة اتجاهات في التعبير عنها، آمل بعد قراءة المادة الصحفية أن تحدد رقم اتجاه واحد للمادة الإخبارية أو الصحفية تبعاً لتعريفاتها التالية:

- سلبي وستأخذ الرقم(١)

ويقصد بها: الأخبار أو المواد الصحفية التي تتمحور أحداثها حول الكوارث والزلازل والفيضانات أو تلك التي تتناول القتل والحروب وإرسال القوات العسكرية والتشريد والمجاعات والعنف والأزمات.

- إيجابي وستأخذ الرقم(٢)

ويقصد بها: الأخبار أو المواد الصحفية التي لا تدور أحداثها حول ما سبق ذكره في الاتجاه السلبي، أي عكس الفئة السابقة تماماً، وتتناول أخباراً تحمل طابع الأمن والسلام والرخاء والازدهار ومن الأمثلة على ذلك إجراء الانتخابات أخبار فض النزاعات الحدودية وتوقف الحروب وسحب القوات العسكرية وتقديم المساعدات الدولية جراء الكوارث والتوصل لاكتشافات علمية طبية في علاج الأمراض الخطيرة أو عرض التطورات التي تشهدها الدول في أي مجال وغير ذلك.

- حيادي وسيأخذ الرقم(٣)

ويقصد به: أن لا تتناول الأخبار أو المواد الصحفية أياً من المعاني السابقة سواءً الإيجابية أو السلبية.

٢٠ . درجة وضوح الاتجاه

واضح (١)

غير واضح (٢)

٢١. طبيعة الطرح

عقلاني (١)

عاطفي (٢)

مشترك (٣)

٢٢. الجدلية الأساسية

نقد (١)

إطرائي (٢)

عرض فكرة أو اقتراح (٣)

٢٣. أسلوب المعالجة

إنشائي (١)

معلوماتي (٢)

مشترك (٣)

٢٤. القيم الإخبارية

تتعلق هذه الفئة بالأخبار فقط، ويندرج تحت هذه الفئة الرئيسية عشر فئات فرعية مرصودة في الاستمارة تمثل كل واحدة منها قيمة إخبارية. ولكل قيمة إخبارية أو فئة فرعية عمود مخصص لها، على النحو التالي:

سيشير اختيارك للرقم(٢) إلى كلمة (نعم) أي وجود القيمة الإخبارية المستهدفة بالدراسة من العشر القيم المرصودة في الاستمارة والمعرفة في التعريفات الإجرائية للقيم فيما يلي من السطور.

سيشير اختيارك للرقم (١) إلى كلمة (لا) أي عدم وجود للقيمة الإخبارية المستهدفة بالدراسة من القيم الإخبارية المرصودة في الاستمارة والمعرفة في التعريفات الإجرائية للقيم والموضحة أدناه. علما بأن المواد الصحفية الأخرى غير الإخبارية سيتم كتابة رقم (٠) أمامها مثل المقالات والفنون الصحفية الأخرى.

١. أشخاص ومؤسسات ودول ذات نفوذ سياسي واقتصادي **The power Elite** ويقصد بهذه القيمة الإخبارية أن يدل محتوى المادة الصحفية على شخصية أو منظمة أو مؤسسة أو دولة ذات نفوذ قوي وعلى علاقة بالحدث وتفاصيله مهما كان نوعه مثل بان كي مون والولايات المتحدة وفرنسا وبريطانيا والصين.

١. مشـــاهـير **Celebrity** ويقصد بهذه القيمة المشاهير أو الشخصيات المشهورة والبارزة في كافة مجالات السياسة والرياضة والفنون والعلم ويرتبط الحدث والمحتوى الخبري بها مثل نجوم هوليود ونجوم الغناء والعائلة البريطانية المالكة أو اليابانية.

١. ترفيه وغرابة وطرافة **Entertainment** وتعرف هذه القيمة بعدة تعريفات مثل الترفيه والطرافة والغرابة، ويدخل من ضمن تعريفاتها تناول أخبار أو أحداث تتعلق محتوياتها بالجنس أو صناعة الفن والاهتمامات الإنسانية والحيوانات والصور الغريبة والتعليقات الطريفة.

١. المفاجأة أو التضاد **Surprise** ولا تختلف الترجمة النصية لهذه الكلمة عن مفهومها كقيمة إخبارية، حيث يقصد بها المفاجأة بمعنى أن يكون محتوى المادة الصحفية مفاجأً ومتضاداً مع توقعات المشاهدين، بمعنى آخر هي الأخبار الخارجة عن المألوف والمعتاد من الأخبار.

١. أخبار ذات نتيجة سيئة **Bad News** تترجم هذه الكلمة بالأخبار السيئة ويقصد بها كقيمة إخبارية أن يكون المحتوى الخبري يؤول ويتجه أو له نتيجة سيئة مثل أخبار ما ينتج عن الصراعات من مآسي وأهوال، وما ينتج عن الانقلابات

والزلازل والاغتيالات والتفجيرات وسقوط الطائرات وغير ذلك.

١. أخبار ذات نتيجة جيدة **Good News** وتترجم هذه الكلمة بالأخبار الجيدة ويقصد بها كقيمة إخبارية أن يكون المحتوى الخبري يشير أو يصل إلى نتيجة إيجابية مثل علاج مرض ما أو إنقاذ من خطر أو كارثة وغير ذلك من الأمور الإيجابية.

١. الضخامة **Magnitude** وتترجم بالضخامة ويقصد بها كقيمة إخبارية أن يكون في الخبر ما يشير إلى ضخامة في تفاصيله من حيث عدد المشاركين في صنع الحدث من البشر وعدد الذين تأثروا أو سيتأثرون بالحدث بغض النظر عن سلبيتها أو إيجابيتها، كما تفهم قيمة الضخامة الإخبارية بأن يكون هناك أثر ضخم للخبر المنشور وقد تفهم هذه القيمة في بعض الأحيان عند التركيز في الأخبار على مصطلحات من مثل أحسن شيء أو أفضل شيء أو أسوء وأخطر شيء أو أكبر من وهكذا .

١. أخبار مرتبطة باهتمامات الناس وحياتهم **Relevance** والترجمة الحرفية لهذه الكلمة تعني الصلة، وبهذا فهي لا تبتعد كثيراً عن مفهومها كقيمة إخبارية، حيث يقصد بها أن يكون محتوى الخبر يرتبط ويتعلق باهتمامات الناس (القراء) وحياتهم المعيشية والبيئية.

١. الأخبار المستمرة **Follow – Up** وتترجم هذه الكلمة إلى عدة معاني أكثرها قرباً إلى مفاهيم القيم الإخبارية يعني الاستمرارية وبهذا فإنه يقصد بها كقيمة أن تتناول المادة الإخبارية أحداثاً هي موجودة بالأساس في الأخبار ويتم متابعة هذه الأحداث.

٢٥. طبيعة الإعلانات المنشورة

أ/ نوع الاعلان

١. حكومي

٢. مناسبات (تعزية، تهنئة، ترقية، ترحيب، شكر).

٣. مبوبة (شخصية، تجارية).

٤. تجارية (شركات، مؤسسات، سلع، خدمات).

٥. غير ذلك

ب/ فئات الاعلان موجه إلى

١. الأطفال

٢. النساء

٣. الرجال

٤. شركات

٥. أجهزة حكومية

٦. عام

٧. غير معروف

٨. غير ذلك

د / مضمون الإعلان:

١. عقارات

٢. استقدام عمالة منزلية/ تجارية

٣. مستشفيات مستوصفات مراكز صحية

٤. خيريات (جمعيات خيرية)

٥. طيران وسفريات وفنادق

٦. عطور، ماكياج، أزياء، وملابس نسائية

٧. عطور وملابس رجالية

٨. كمبيوتر وتوابعه (معاهد، مراكز تدريس الكمبيوتر).

٩. أسهم، خدمات مالية، بنوك.

١٠. مناقصات حكومية

١١. مواصلات ونقل بري أو بحري

١٢. صناعات (سابك)

١٣. تعليم وجامعات ومعاهد

١٤. زراعة

١٥. اتصالات

١٦. إعلام ومطبوعات

١٧. مأكولات ومشروبات

١٨. شخصي

١٩. غير ذلك

هـ / مضمون إعلانات المناسبات

١. تهنئة

٢. ترحيب

٣. شكر

٤. تعزية

٥. ترقية

٦. غير ذلك

ز / مصدر إعلانات المناسبة

١. أفراد

٢. شركات، مؤسسات خاصة

٣. مؤسسات عامة (جامعات)

٤. إدارات حكومية

٥. غير معروف

٦. غير ذلك

ط / إعلانات مبوبة

٤. مبوبة شخصية

٥. مبوبة تجارية

٦. غير ذلك

فهرس المحتويات

الموضوع | الصفحة

نتائج الدراسة





السمات التحريرية للصحافة السعودية

الدراسة الدورية الشاملة الثانية

٢٠٠٩م

المشرف والباحث الرئيس

أ.د. عثمان بن محمد العربي

المشرف على كرسي الجزيرة للصحافة الدولية

إصدارات

كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية

١٤٣٥هـ/ ٢٠١٤م

 ***كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية ، ١٤٣٥هـ***

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العربي ، عثمان محمد

السمات التحريرية للصحافة السعودية : دراسة الدورية الشاملة الثانية ٢٠٠٩م. / عثمان محمد العربي. الرياض ، ١٤٣٥هـ

.. ص ؛ .. سم

ردمك: ٨-٠-٩٠٥٥٨-٦٠٣-٩٧٨

١- الصحافة السعودية أ. العنوان

ديوي ٠٧١,٩٥٣١ ١٤٣٥/٥١١٢

رقم الإيداع: ١٤٣٥/٥١١٢

ردمك: ٨-٠-٩٠٥٥٨-٦٠٣-٩٧٨



السمات التحريرية
للصحافة السعودية

الفريق البحثي:

المشرف والباحث الرئيس

أ.د. عثمان بن محمد العربي

الباحث المشارك

د. حسن محمد حسن منصور

الباحثون المساعدون

رضوان عدنان البكري

حيدر الحاج إبراهيم

عادل علي العقيد

المراجعة

د. سعيد صالح الغامدي

المراجعة الإحصائية

هشام سيد محمد

تصدير المؤلف

تمثل هذه الدراسة الإصدار الثاني من سلسلة الدراسات الصحفية التحليلية التي يهدف (كرسي الجزيرة للصحافة الدولية) من خلالها إلى توفير قاعدة بحثية دورية متجددة عن الصحافة السعودية، ويهدف الإصدار إلى التعرف على السمات التحريرية لمضامين وأشكال الصحافة السعودية في جميع المواد والفنون الصحفية، والتعرف على طبيعة تناولها والكيفية التي تقدم بها الموضوعات والقضايا المختلفة، بهدف الوقوف على مدى توافر الأسس المهنية العلمية المعمول بها في عموم المؤسسات الصحفية السعودية.

وهذا هو الكتاب الثاني الذي يرصد خصائص وسمات الصحافة السعودية اليومية المطبوعة عام ٢٠٠٩م، بعد الدراسة الأولى التي تناولت عام ٢٠٠٧م. وذلك ضمن مسعى الكرسي لتتبع التوجهات الصحفية التحريرية للصحافة السعودية.

وقد توصلت الدراسة إلى صورة شمولية عن السمات الثابتة والمتغيرة للأشكال والقوالب الصحفية التي تتسم بها الصحف السعودية اليومية، ليس ذلك فحسب وإنما قدمت الدراسة رصدا دقيقا للمصادر ونوعية الخطاب واتجاه المضامين الصحفية وهي بهذا تقدم مرجعا معتمدا يفتح آفاقا كبيرة للباحثين والمهتمين بالشأن الصحفي للبحث الجاد المتوسع في هذه المجالات والآفاق الصحفية الهامة.

أ.د. عثمان بن محمد العربي

أستاذ الصحافة والعلاقات العامة

قسم الإعلام جامعة الملك سعود

المقدمة

يعد البحث في طبيعة القوالب الفنية التي تتخذها المواد الصحفية المختلفة من أهم التقاليد البحثية في أبحاث الصحافة بشكل عام (عبد الحميد، ١٩٩٢) ويشير ستمبل (١٩٨١) في استعراضه لاستخدامات منهجية تحليل المضمون إلى أهمية الاستخدامات للمنهج الكمي: تحليل المضمون في التوصل إلى مؤشرات كمية للمادة المطبوعة في الصحافة تعكس ظواهر محددة تكشف عن التغيرات التاريخية والتقنية والثقافية في الصحافة.

وقد اهتم الباحثون في مجال الأبحاث الصحفية الكمية بإيلاء دراسة فئة شكل المادة الصحفية والتفريق بين الأشكال والقوالب المختلفة للمادة الصحفية للاستدلال بها على طبيعة السياسات الصحفية المختلفة وأهدافها ووظائفها، كما استخدمت للدلالة على تغير الأنماط التحريرية والإخراجية تبعا لتنوع المدارس المهنية المختلفة وذلك ضمن ما يصنفه علماء منهجية تحليل المضمون بفئة شكل أو نمط المادة الصحفية المنشورة (عبد الحميد، ٢٠١٠).

وقد تطور البحث الكمي في هذا المجال ولم يعد مقصورا على اهتمام الباحثين الأفراد المهتمين بإثراء الجوانب المعرفية والمهنية في الصحافة وبناء التراث المعرفي الصحفي وإنما تبع ذلك العديد من الأعمال البحثية المؤسسية التي ترصد بشكل دوري حالة الصحافة من ناحية تطور أشكال

التعبير الصحفي الموجه للجماهير ودراسة مدى التزامها بقيامها بمسؤولياتها المهنية والمجتمعية والتغيرات التي تطرأ على تطوراتها تاريخيا.

ولعل دراسات حالة وسائل الإعلام العربية التي يصدرها نادي دبي للصحافة سنويا والتي كان آخرها بعنوان (نظرة على الإعلام العربي ٢٠١٤) وهي دراسة تقدم نظرة شمولية إلى تطورات ممارسة الصحافة في العالم العربي تمثل ما يرمي إليه الباحث هنا، كذلك لا يقتصر الأمر على ذلك في إطار العالم العربي وإنما يتم ذلك بشكل مؤسسي ودوري في معظم دول العالم فنرى ذلك على مستوى إقليمي كما هو الوضع في الاتحاد الأوربي والذي يقوم بنشره بشكل دوري المركز الأوربي للصحافة European Journalism Center (www.ejc.net).

وكذلك في الولايات المتحدة حيث يضطلع بهذه المهمة وبشكل سنوي مركز بيو Pew Center ويقدمه في مشروعه المسمى "الامتياز في الصحافة" Excellence حيث تستعرض بشكل مفصل التغيرات التحريرية الموضوعية في الصحافة الأمريكية كل عام. (www.pewresearch.org).

وفي هذا الإطار تقوم سلسلة دراسات خصائص وسمات الصحافة السعودية اليومية المطبوعة بالكشف عن السمات الثابتة والمتغيرة للأشكال والقوالب الصحفية المختلفة للصحافة السعودية وذلك في إطار المرجعية المهنية المتوقعة من وسائل التعبير الصحفي.

وتبدأ هذه الدراسة المختصة بدراسة الصورة الشمولية للسمات الشكلية والمضمونية للصحافة السعودية اليومية في العام ٢٠٠٩م على النحو التالي:

١) استعراض التراث المعرفي في مجال الدراسات الصحفية المهتمة بالسمات الشكلية والمضمونية للصحافة.

٢) توضيح المنهجية البحثية للدراسة وتبيان إجراءاتها المنهجية.

٣) تقديم نتائج الدراسة التحليلية.

٤) مناقشة نتائج الدراسة في إطار التراكم المعرفي في مجال دراسة السمات.

٥) تقديم التوصيات العلمية المتخصصة بناء على النتائج المتوصل إليها ومناقشتها.

الدراسات السابقة

فيما يلي استعراض للدراسات التي تناولت السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية في فترات زمنية مختلفة.

تعددت الدراسات التي تناولت الفنون الصحفية المختلفة (خبر، تقرير، تحليل، تحقيق، مقال، إعلان..) مجتمعةً أو كلاً على حدة. وركزت الدراسات التي استهدفت التعرف على ملامح الخطاب الإعلامي على تحليل مضمون مقالات الرأي، في حين تناولت الدراسات التي ترصد أولويات الاهتمام تحليل الأخبار، واهتمت دراسات أخرى بتقييم مستوى حضور الفنون المختلفة في الصحف، أو تقييم السمات الفنية والإخراجية واستخدام العناوين والصور والكاريكاتير في التغطيات الصحفية للموضوعات المختلفة:

أشارت الدراسات التي رصدت بدايات نشأة الصحافة السعودية إلى الاهتمامات الأدبية للصحافة السعودية الأولى، وفصلت في ذلك دراسة (الشامخ، ١٣٩٠هـ، ص ٣١٦- ٣١٩) التي أكدت ارتباط الصحافة في المملكة في بدايتها بالأدب ارتباطاً وثيقاً، أدى إلى اكتساب صحف عهد الأفراد لصبغة أدبية مميزة، ولعل مما يؤكد هذا الارتباط كون الاهتمام بالأدب الهدف الرئيس لصدور بعض الصحف، ومنها : جريدة (صوت الحجاز). كما أن الصحف التي صدرت خلال بداية عهد الأفراد العام مثل جريدة أم

القرى انشغلت بالقضايا الأدبية على حساب غيرها من القضايا. لذلك لم تكن الصحف منتشرة خارج أوساط الأدباء والمثقفين. كما أن من التأثيرات السلبية لإغراق صحف الأفراد في تناول الموضوعات الأدبية جنوحها نحو الجدل بشأن بعض القضايا، الأمر الذي أدى إلى تحول أغلب صفحات الصحف إلى ساحات للمعارك الكلامية، والخصومات النقدية، حتى إن جريدة أم القرى عند بداياتها شاركت في العديد من المعارك الأدبية التي ثارت آنذاك وبخاصة بين الأدباء الشباب.

وأشارت دراسة (عوض الله، ١٩٨٨م) أن الصحافة في المملكة بدأت كصحف أدبية في الربع الأول من القرن العشرين الميلادي، وخاصة في مرحلة الصحافة التي كان يصدرها الأفراد، وأنه بينما نشأت الصحف في الدول العربية لأهداف سياسية واجتماعية وأدبية، فإن الصحافة السعودية نشأت في البداية لهدف أدبي خالص.

وفيما يتعلق بالسمات الفنية والإخراجية في الصحافة السعودية الأولى أشار (حافظ، ١٣٩٨هـ، ص ١٥٩) أنها لم تهتم في بدايات نشأتها بالإخراج الصحفي، حيث لم تولِ الصحف الصادرة آنذاك أي اهتمام بجانب الشكل؛ إذ خلت صفحاتها من العناصر الطباعية المميزة كالصور والعناوين العريضة والممتدة، وتعد جريدة المدينة المنورة -وهي خامس جريدة تصدر في المملكة- أول صحيفة تستعمل الصورة في إخراج صفحاتها.

ورصدت دراسة مبكرة لـ(عثمان، ١٤٠٩هـ) لغة الخبر في الصحافة العربية، من خلال دراسة تناولت ٢٥ صحيفة يومية من ١٠ دول عربية خلال شهري ربيع الآخر وجماد الأول ١٤٠٧هـ، وأخذت عينة عشوائية قوامها مائة نص إخباري من ٤٠ صحيفة عربية صدرت في الفترة ١٤٠٤-١٤٠٨هـ، منها صحف (الجزيرة، الرياض، عكاظ، الندوة، اليوم) السعودية. وأوضحت نتائج الدراسة الخصائص الأسلوبية واللغوية في النصوص الإخبارية التي نشرتها تلك الصحف، وكانت أهم خصائص البنية الأسلوبية في نصوص الأخبار: الاختصار- السهولة- الوضوح- الدقة- الموضوعية. وأن (الجملة الاسمية) تزيد نسبتها في لغة الخبر الصحفي عن فصحى التراث بنسبة ١٠,٧٪، وأن أدوات الربط (الجسور اللفظية) من أهم العناصر اللغوية التي ازدادت ثروتها بتأثير الأداء الصحفي، وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة العربية (ومنها السعودية) قد أسهمت في ترسيخ جملة من المفردات اللغوية والتعبيرات الاصطلاحية التي أصبحت متداولة بكثرة.

وفي سنوات لاحقة حاولت الدراسات رسم ملامح خارطة الاهتمامات للصحافة السعودية من خلال تحليل مضمون يحدد أولويات الاهتمام المختلفة وخاصة بأسلوب حساب التكرار والمساحة. فقد أشارت دراسة (القرني، ١٩٩٢) حول خصائص الصحافة السعودية إلى أن هناك فروقاً بين الصحف السعودية في النوع الكتابي الذي يغلب عليها، ففي حين جاءت

صحيفتا (اليوم) و(الرياض) كصحيفتي رأي، لاحظت الدراسة أن صحف (المدينة، والبلاد، والندوة) هي صحف خبرية بشكل أكبر. وقامت دراسة (العناد، ١٩٩٤) بتحليل مضمون الأخبار في الصفحات الأولى في الصحف اليومية السعودية، وهي (اليوم، الرياض، الندوة، الجزيرة، عكاظ، البلاد، الشرق الأوسط) خلال الفترة من بداية إبريل ١٩٨٧ وحتى نهاية مارس ١٩٨٨م، وأشارت النتائج إلى تركيز الصحافة السعودية على الأخبار السياسية أكثر من غيرها من الموضوعات، إذ احتلت حوالي نصف مساحة الصفحات الأولى في الأعداد التي خضعت للتحليل، وجاء الاهتمام بالأخبار العربية متقدماً على الأخبار المحلية، وهو ما فسرته الدراسة بأحداث الفترة الزمنية للتحليل التي شهدت أحداث الانتفاضة الفلسطينية وأخبار الحرب العراقية الإيرانية والحرب الأهلية اللبنانية، وأكدت الدراسة الفرض القائل بعدم وجود اختلافات ذات أهمية بين الصحف السعودية سواء من حيث الاهتمام بالموضوعات أو المستوى أو الاعتماد على مصادر الأنباء، وأوضحت أن هناك تطابق شبه تام بين الصحف السعودية في الاهتمام والتركيز على أماكن وقوع الأحداث.

واستهدفت دراسات أخرى رصد ملامح التطور في الخطاب الصحفي السعودي خلال فترات طويلة، مثل دراسة (المغامسي، ١٤١٥هـ) التي رصدت تطور الخبر في الصحافة السعودية من خلال تحليل مضمون عينة من ثلاث صحف هي: (الرياض، البلاد، اليوم) في الفترة من:

١/ ١١/ ١٣٨٣هـ وحتى ٢٩/ ١٠/ ١٤٠٨هـ، وأشارت النتائج إلى أن الأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية جاءت في مقدمة موضوعات الأخبار المنشورة في الصحف عينة الدراسة خلال فترة ٢٥ عاماً.

وأوضحت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٢م) التي تتبعت تطور الخطاب الصحفي السعودي خلال ثمانية عقود، أن الصحافة السعودية صحافة "خبر" أكثر من كونها صحافة "رأي"، حيث إن ٤٤٪ من التوزيع التكراري لمختلف المواد الصحافية في جميع مراحل العينة (من ١٩٢٥ إلى ١٩٩٥) كان معنيًا بمادة الخبر، ويقابل ذلك ١١٪ للمقالات الصحافية التي تعبر عن افتتاحيات الصحف وأعمدة الرأي. واعتبرت الدراسة أن هذه النتيجة تعطي الصحافة السعودية سمة تميزها عن صحف الدول الأخرى التي عادة ما تكون مثقلة بالرأي، وعادة الرأي الرسمي ورأي النخبة التي تعمل في فلك الرأي الرسمي.

وأوضحت الدراسة أن ٧٨٪ من تكرار المواد الصحفية و٨٠٪ من مساحة المواد الصحفية غطت الشأن المحلي في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة. وأن التغطيات المحلية زادت في العقود التالية إلى أن وصلت إلى ٨٦٪ في العقد التسعيني الميلادي، وهو -بحسب الدراسة- مؤشر إلى أن الصحافة الوطنية بدأت تتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية.

وأشارت النتائج إلى حدوث تناقص تدريجي في تكرار المادة الإخبارية في الصحافة السعودية خلال العقود الماضية حيث إن تكرار الأخبار في العقد العشريني الميلادي كان ٧٥٪ وفي الثلاثيني ٨١٪، ثم تناقص إلى ٣٤٪ في العقد التسعيني.

وتختلف هذه النتائج مع ما أشار إليه (هاشم، ١٤٠١هـ، ص٥٠) من عدم اهتمام الصحف (في بدايات ظهور الصحافة بالمملكة) بالجوانب الإخبارية وعدم عنايتها بأشكال الكتابة الصحفية، حيث لم تظهر الأخبار والتقارير والتحقيقات الصحفية بشكل دائم، وسيطرت المقالة على أغلب المواد المقدمة، وأرجع هاشم سيطرة المقالة إلى طغيان المواد الأدبية على الصفحات، إضافة إلى غياب الحس الصحفي، وعدم تأهيل العاملين في الصحف بما يجعلهم قادرين على تقديم عمل صحفي متكامل. (١٤٠١هـ، صـ٥١).

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النتائج، أن (هاشم، ١٤٠١هـ) يتحدث فقط عن عدد قليل من السنوات الأولى في نشأة الصحافة السعودية، بينما تناولت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ) فترات زمنية طويلة امتدت ثمانية عقود، وكشفت عن سيطرة الخطاب التنموي على مجريات الخطاب الإعلامي السعودية في الثلاثة العقود الأخيرة بنسبة ٤٤٪، يليه الخطاب التضامني بنسبة ٣٤٪، ثم الخطاب التوحيدي (١٥٪)، وأخيراً الخطاب الشوروي

(٧٪)، وهيمن الخطاب التوحيدي (الذي يعني بوحدة المملكة) في العقدين الثاني والثالث (العشريني والثلاثيني الميلادي)، ولم تنل العقود التي تلت كثيراً من مساحة هذا الخطاب، وشهد عقد السبعينيات نسبة كبيرة من حضور الخطاب التضامني أثناء حرب رمضان ١٣٩٣هـ/ أكتوبر ١٩٧٣م، وارتفعت نسبة حضور الخطاب التنموي خلال عقدي السبعينيات والثمانينيات الميلادية، إلى ٥٢٪، بينما هيمن الخطاب الشوروي في الصحافة السعودية في عقد التسعينيات.

وعن "الاتجاهات النقدية" في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي أشارت الدراسة إلى أن الصحافة السعودية تميل إلى الاتجاهات الإطرائية أكثر من الاتجاهات النقدية.

وركزت دراسات أخرى على تحليل مضمون مواد الرأي في الصحافة السعودية، مثل دراسة (المقرن، ١٤٠٧هـ) التي تناولت فن العمود الصحفي، وقامت بدراسة تحليل مضمون الأعمدة في صحيفتي الجزيرة والرياض، وأشارت النتائج أن صحيفة الرياض تركز على الثقافة الوافدة المستغربة، بينما اهتمت الجزيرة بالثقافة الشعبية والتراث القديم، وكان التركيز الأول للأعمدة الصحفية في (الجزيرة) على القضايا الفنية والمنوعة، مقابل تركيز العمود الصحفي في (الرياض) على القضايا الاجتماعية.

ومن الدراسات التي تناولت فن المقال الصحفي في الصحافة السعودية دراسة (العجمي، ١٤٢٣ هـ/ ٢٠٠٣م) التي استهدفت تحديد طبيعة المقال الصحفي في الصحافة السعودية بأنواعه الثلاثة (المقال التحليلي- الافتتاحية- العمود الصحفي) من حيث بنائه ومضمونه وأسباب كتابته، مع الأخذ في الاعتبار فئات التحليل النظرية المستخدمة في كتابة المقال من جهة وعلاقة المقال بالمحيط الذي يتواجد فيه من جهة أخرى. وأشارت النتائج إلى أن ٨١,٥٪ من المقالات عينة الدراسة، تتفق عناوينها مع مضمون مقالاتها، وأن ٥١٪ تقريباً من المقالات كتبت بأسلوب تحليلي، البقية بأسلوب إنشائي. وكان ٣٧٪ من المقالات ذات مضمون سياسي، و١٩,٤٪ ذات مضمون اجتماعي، و١٢٪ ذات مضمون ثقافي. وكانت نسبة ٥٠٪ من المقالات تتجه للمحيط المحلي و٣٧٪ منها تسعى للشرح والتفسير، يليه هدف الإشادة ثم إثارة التساؤلات والنقد والتوعية كأقل الجوانب التي سعت المقالات لتحقيقها.

وقامت دراسة أخرى للقرني (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) بتحليل مضمون ١٥٢٨ مادة مقالية في صفحات الرأي في صحيفتي الرياض والوطن (افتتاحيات، مقالات الكتاب، مقالات على شكل ردود من المسئولين في القطاع العام أو الخاص، رسائل القراء) واعتمدت أيضاً على استنتاجات أخرى لأبحاث عن مختلف وسائل الإعلام السعودي خلال تلك الفترة وفترات سابقة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن السنوات الأخيرة (بعد أحداث سبتمبر) قد شهدت تبلور خطابين رئيسين، أحدهما: ليبرالي، يمثل الاتجاهات الانفتاحية في المجتمع، والآخر خطاب وسطي معتدل يتبنى عملية التغيير وفق ثوابت المجتمع وتقاليده، وأن الخطاب الليبرالي يتوجه أكثر إلى المؤسسات الأمنية والعسكرية والدينية، بينما يتركز اهتمام الخطاب الوسطي إلى المؤسسات السياسية والإعلامية.

وعن لغة الخطاب أشارت الدراسة أن الصياغة الإنشائية غلبت في لغة المقالات التي نشرتها الصحيفتان خلال فترة التحليل بنسبة تزيد عن ٩٧٪ من مجمل المقالات، إلا أن معظم مساحات الرأي مثلت توجهاً عاماً نقدياً في الصحافة وبنسبة تقترب من الـ٧٠٪، وهو ما ينفي الرؤية التي تتحدث عن أن الصحافة السعودية هي صحافة دعائية بالدرجة الأولى.

وقامت دراسة (بيت المال، والسهلي، ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٤م) بتحليل محتوى المقالات الصحفية في صفحات الرأي بصحيفة (الشرق الأوسط) لمدة ٣ أعوام لمعرفة اتجاهات المقالات الصحافية بعد أحداث ١١ سبتمبر، وبلغ عدد المقالات في العينة التي تم تحليلها ٥٨٨ مقالة، وسعت الدراسة للإجابة على جملة من الأسئلة البحثية، تتناول (موقع المقال التحريري في صفحات الصحيفة، والمادة المرئية المصاحبة للمقال الصحفي، والموضوع الذي يغطيه، وجنسية كاتبه، وعلاقته بأحداث ١١ سبتمبر، والدولة

الأساسية التي تناولها المقال، والتوجه الفكري، والجدلية الأساسية فيه ورصدت الدراسة أن نسبة المقالات التي يمكن تصنيفها باعتبارها تمثل توجهاً غربياً مدنياً احتلت ٤١٪ تقريباً من جميع المقالات التي خضعت للتحليل، مقابل ٢٦٪ تقريباً للاتجاه القومي، ١٥٪ للاتجاه الإسلامي. وحول طبيعة الخطاب في المقال الصحافي اتضح أن المقالات الصحفية التي كان لها علاقة مباشرة بأحداث ١١ سبتمبر بلغت ٧٧ مقالاً، أي بنسبة ١٣,١ في المائة، فيما بلغت المقالات التي على علاقة غير مباشرة ٩٤ مقالا، أي بنسبة ١٦ في المائة. أما المقالات التي ليس لها علاقة فقد بلغت ٤١٧ مادة، بنسبة ٧٠,٩ في المائة من مجموع مواد عينة الدراسة. ورصدت الدراسة أن الدول الأساسية في جملة المقالات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوعها، اتضح أن نحو ٦٩ مادة لها صلة بأميركا أي بنسبة تصل إلى ٤٠,٤ في المائة. فيما وصل عدد المقالات التي لها علاقة بأفغانستان إلى ١١ مادة أي بنسبة ٦,٤ في المائة. أما المقالات التي لها علاقة بالسعودية فقد وصل عددها إلى تسع مواد بمعدل ٥,٣ ٪.

وعن الجوانب الفنية في المقال الصحفي، أوضحت الدراسة أن المادة المرئية كانت ضئيلة جداً في صفحات الرأي التي خضعت للتحليل، فقد خلت ٣٦,٤٪ من المقالات من أي مادة مصورة مصاحبة، وتضمنت ٥٨,٧٪ منها صورة شخصية للكاتب أو الكاتبة، أما الرسم التوضيحي (الجرافيك) فلم يتجاوز ٠,٥٪ واعتبرت الدراسة هذه النتيجة أمراً متوقعاً، لاعتماد

المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب.

وتناولت دراسة (الشلهوب، ١٤٢٥هـ) فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية من خلال دراسة تحليلية على عينة من الصحف السعودية اليومية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على الكيفية التحريرية التي تقدم بها التحقيقات الصحفية لمعرفة مدى التزام الصحفيين السعوديين بالأصول والخطوات العلمية اللازمة لأعداد التحقيقات الصحفية، وأهم الاتجاهات التحريرية التي شهدتها الصحافة مؤخراً في مجال التحقيق. وقامت الدراسة بتحليل التحقيقات الصحفية المنشورة في صحف (الرياض وعكاظ واليوم) خلال عامي ١٤٢٠-١٤٢١هـ والبالغ عددها ١٠٢٩ تحقيقاً في ٢٦٧عدداً، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج التي يمكن الخلوص منها إلى ضعف الأداء المهني للصحف السعودية في مجال إعداد وتنفيذ التحقيقات الصحفية، وتتمثل هذه المؤشرات في: ضعف البناء المعلوماتي للتحقيقات الصحفية المنشورة في الصحف السعودية عينة الدراسة، غياب البعد النقدي والتقويمي في موضوعات التحقيقات الصحفية المنشورة في الصحف السعودية، عدم عناية الصحف بالاهتمامات النوعية المستحدثة للقراء، عدم أخذ الصحف السعودية بالاتجاهات الحديثة في تحرير التحقيقات وإخراجها.

وأوصت الدراسة بالانتقال من التركيز على كمية التحقيقات الصحفية

المنشورة، إلى العناية بكيفية تناول الموضوعات المطروحة وعرضها بما يتلاءم مع التطورات الحادثة في بنية التحقيق الصحفي، والالتزام بالمعايير المهنية اللازمة لإعداد التحقيقات الصحفية.

ومن الدراسات التي قارنت بين استخدام الفنون الصحفية المختلفة لمعالجة قضية محددة، دراسة (عزة، والجوهرة ١٤٢٤هـ) التي تناولت حجم التغطية الصحفية لقضايا الجمعيات الخيرية والأشكال الصحفية المستخدمة (القوالب الفنية) في معالجتها من خلال تحليل عينة من صحيفتي الرياض والجزيرة خلال الفترة من عام ١٩٩٤ حتى عام ٢٠٠٢م.

وأظهرت الدراسة الاهتمام الكبير الذي توليه الصحيفتان بالقوالب الفنية الإخبارية على حساب التقليل من مادة الرأي في مناقشة القضايا والموضوعات الخاصة بالجمعيات الخيرية.

وجاء تركيز صحيفتي الدراسة (الرياض والجزيرة) على الخبر الصحفي في الترتيب الأول بنسبة (٥١,٤٪) للرياض، و(٤٥,٧) للجزيرة، ثم التقرير الصحفي في الترتيب الثاني بنسبة (١٧,٩٪) بالرياض، و(٢٩,٦٪) للجزيرة، وجاءت التحقيقات الصحفية، في الترتيب الرابع في الصحيفتين بنسبة (١٠٪ للرياض) و(٩٪) للجزيرة . ثم الحوارات الصحفية والتي احتلت الترتيب الخامس بنسبة (٥,٣٪) للرياض، (٣,٥٪) للجزيرة

وأخيرا المقال الصحفي الذي احتل الترتيب السادس والأخير بنسبة (١ ,٢٪) للرياض، و(٥ ,٢٪) للجزيرة.

وفسرت الدراسة ارتفاع الاعتماد على الخبر أكثر من مواد الرأي بسبب اعتماد الصحف على المواد التي ترسل إليها من الجمعيات الخيرية، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (المقوشي، ٢٠٠٠م) عن قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية والتي كان فيها الاعتماد الأكثر في صحف دراسته على الخبر ثم التقرير ثم التغطيات الصحفية.

وأشارت نتائج دراسة (المغامسي، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٥م) إلى ارتفاع نسبة الأخبار والتقارير قياساً ببقية الفنون التحريرية الأخرى في معالجة الصحافة السعودية لقضايا السياحة، وفسرت الدراسة هذه النتائج بأن عينة الصحف التي أخضعتها للتحليل كانت صحف يومية تعد الأخبار والتقارير العمود الفقري لأدائها، ومن الطبيعي أن تستحوذ على النسبة الأكبر من أشكال عرض موضوعاتها بخلاف المجلات التي ينخفض فيها معدل الأخبار والتقارير، وجاءت الإعلانات في المرتبة الثالثة في خمس من صحف الدراسة باستثناء صحيفة (الرياض) التي تقدمت فيها الإعلانات فيها إلى المرتبة الثانية من بين أهم الأشكال التحريرية التي غطت بها الصحيفة موضوعات السياحة.

وعن نوعية العناوين المستخدمة في نشر موضوعات السياحة الداخلية في

الصحف التي تناولتها الدراسة، أشارت النتائج أن العناوين الرئيسة والمانشت كانت هي المهيمنة على معظم تغطيات الصحف، وكانت نسبة الموضوعات التي صاحبتها عناوين (تمهيدية) مقبولة ومنطقية في أكثر صحف الدراسة، وكانت أعلى نسبة لهذه الفئة من العناوين في صحيفة (الجزيرة) التي استخدمت (العناوين التمهيدية) في ٦٣٪ من إجمالي الموضوعات التي نشرتها عن السياحة الداخلية في السعودية، وكانت أقل نسبة في جريدة (عكاظ)، وجاءت جريدة (الجزيرة) أيضاً في مقدمة صحف الدراسة في استخدام (العناوين الداخلية) بنسبة ١٥٪ .

وعن الصور الفوتوغرافية المصاحبة للمواد التحريرية عن موضوعات السياحة، أشارت النتائج إلى أن مصاحبة الصور جاءت بنسبة ٧٧٪ من الموضوعات المنشورة في صحيفة (عكاظ) مقابل ٥٤٪ تقريباً في صحيفة (الجزيرة)، وكان هناك تقارب كبير في نسبة الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية في صحف (البلاد، الندوة، اليوم) وكانت نسبة الصور الحديثة أقل من الصور الأرشيفية في كل الصحف، وجاءت نسبة الصور الملونة المصاحبة لموضوعات السياحة في المرتبة الأولى في صحيفتين فقط، هما (عكاظ، والرياض)، بينما كانت ٧٢٪ تقريباً من الصور عن تلك الموضوعات في صحيفتي (البلاد) و (الجزيرة) هي (صور أبيض وأسود).

ومن الدراسات التي تناولت بالتحليل مختلف الفنون الصحفية في الصحافة السعودية دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى أن نسبة الخبر تصل إلى ثلثي المادة الصحفية في تغطية صحيفة الرياض للقضايا المحلية، مقابل ٤٦٪ تقريباً في صحيفة الجزيرة التي أفردت مساحة أكبر للتقارير والتحقيقات والأحاديث الصحفية بنسبة ٢٤٪ تقريباً من موادها، مقابل ١٥٪ فقط في صحيفة الرياض. وكانت الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحيفتين تتجه إيجابياً في الغالب، وتتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها.

وكانت معظم الأخبار في صحيفتي الرياض والجزيرة إيجابية (بنسبة ٧٣٪) وكذلك التقارير والتحقيقات. أما المقالات فلم تتجاوز نسبة الاتجاه الإيجابي فيها ٤١٪، وارتفعت نسبة الاتجاه السلبي في الكاريكاتير إلى ٨٠٪.

وإجمالا فقد أشارت النتائج إلى أن معظم التغطيات الخبرية والتقريرية والمقالية تظهر اتجاهات إيجابية نحو القطاعات الخدمية في المجتمع، ووصلت النسبة إلى ٦٥٪، وبحسب الدراسة فهذا يعكس موقفاً متوقعاً نظرا لكون الصحافة تسعى لتبني مواقف إيجابية نحو السلطة التي تمثلها القطاعات والإدارات المختلفة في الدولة. إلا أن الدراسة رصدت تحولاً في تخلي الصحافة عن تلك التوجهات الإيجابية التي وصلت قبل أحداث سبتمبر إلى ٧٠٪ ثم انخفضت عام ٢٠٠٤م إلى أقل من ٦٠٪ . واستنتجت الدراسة أن

الصحافة السعودية ما يزال ظهورها كصحافة تنموية، فقد كانت نسبة ثلث التغطيات تصب في إطار التغطية والمعالجة الخدمية في المجتمع.

منهج الدراسة

وظفت هذه الدراسة المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وذلك وفق إجراءات وأسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية. ويعد التحليل الكمي من ابرز سمات تحليل المضمون حيث يتيح هذا المنهج للباحث استخدام الطرق والأساليب الإحصائية التي تهيئ وجود تبويب وتصنيف للفئات وجدولة للوحدات وقياسها والتعبير عن نتائجها بقيم عددية، تهدف إلى التحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز. وقد عرف برلسون تحليل المضمون على أنه "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر في العملية الاتصالية والإعلامية". ومن خلال هذا التعريف يمكن اشتقاق عدة عناصر يعتمد عليها هذا الأسلوب المنهجي، وحددها ستمبل (١٩٨٢) في الأسس التالية:

١- **الموضوعية**: ويقصد بها التجرد من الدوافع الذاتية للباحث، بحيث يمكن إعادة تطبيق الدراسة مرات أخرى من قبل باحثين آخرين وتصل إلى نفس النتائج.

٢- **التنظيم**: ويشمل التطبيق الكامل لعدد من الخطوات العلمية المنهجية الدقيقة، وتحديد فئات الدراسة، بحيث يمكن أن يندرج تحتها كل أصناف المادة المطلوب تحليلها.

٣- **الاستخدام الكمي**: ويقصد به تسجيل التكرار أو القيمة الرقمية لحدوث أي نوع من تصنيفات المحتوى.

٤- **المحتوى الظاهر**: ويعني بذلك أن أسلوب تحليل المضمون يعتمد على تحليل المعنى الظاهر في المحتوى الإعلامي دون الالتفات إلى معاني كامنة وغير ظاهرة في الرسالة الإعلامية (صـ ١٢٠-١٢١).

اختيار الصحف:

تم اختيار ست صحف رئيسة من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً، وهي صحف الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة. ولم تدرج صحيفتا البلاد والندوة ضمن عينة الصحف في هذه الدراسة لمحدودية انتشارهما. كما أن الصحف السعودية ذات التراخيص الدولية مثل الشرق الأوسط والحياه لم تدرج كذلك ضمن العينة الحالية للدراسة حيث تركز الدراسة على الصحف السعودية ذات التراخيص المحلية.

وعملت هذه الدراسة على تحليل جميع محتويات هذه الصحف بشقيها التحريري والاعلاني نظراً لشمولية أهداف الدراسة للتعرف على السمات التحريرية والإعلانية للصحافة السعودية.

العينة الزمنية:

تم اختيار عينة لكل صحيفة بواقع اثنى عشر عدداً من عام ٢٠٠٩م، وهو ذات الأسلوب الذي اتبعته الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م. وفي دراسة لستمبل (١٩٥٢) قام فيها بإجراء تحليل مضمون لعينات مختلفة من صحف أمريكية (١٢ عدداً، ٢٤ عدداً، ٣٦ عدداً، ٤٨ عدداً).

ووجد أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة احصائية بين هذه العينات الزمنية المختلفة، مما أوصى باختيار العينات ذات الاعداد الأقل توفيراً لجهد الباحث وخفضاً للتكلفة المادية التي تطلبها البحوث العلمية.

وقد تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة في سحب عينة الدراسة لكل صحيفة بحيث تم تقسيم الشهر إلى أربعة أسابيع، وتم عشوائياً اختيار اليوم (أحد أيام الأسبوع) والأسابيع (أحد الأربعة أسابيع) من الشهر الأول يناير. وتم بشكل منتظم اختيار اليوم التالي والأسبوع التالي من الشهر الثاني، وهكذا.

فئات التحليل:

اعتمدت هذه الدراسة المادة الصحافية كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالا، أو خبرا، أو تقريرا، أو تحقيقا، ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.

ثبات التحليل:

تم التأكد من ثبات التحليل في هذه الدراسة من خلال تدريب أربعة من الباحثين المساعدين (المرمزين) من أصحاب الخبرة الصحافية. وتم اختيار عينة عشوائية من المادة الصحافية بغرض مقارنتها بين الباحثين. وباستخدام معادلة اقترحها هولستى لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون أفضت هذه المعادلة إلى نسبة توافق وصلت إلى (٨٩٪) مما يعنى درجة عالية من التوافق في الترميز والثبات في النتائج.

نتائج الدراسة

أولاً: التحليل العام للصحف السعودية (عينة الدراسة):

توضح نتائج الجدول رقم (١) توزيع المادة الصحافية في الصحف التي شملتها الدراسة، إذ اشتملت الصفحات الأولى من جميع الصحف على ما نسبته ٥,٦٪ من تكرارات المادة الصحفية المنشورة خلال فترة البحث، مقابل ٤,٥٪ في الصفحات الأخيرة، و٩٠٪ تقريباً في الصفحات الداخلية والملاحق.

وبمقارنة هذه النتائج بنتائج الدراسة الأولى (السمات التحريرية للصحافة السعودية، ٢٠٠٧م، ص ٩٥) يتضح أن نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى انخفضت نسبتها من ١١٪ عام ٢٠٠٧م، إلى أقل من ٦٪ عام ٢٠٠٩م، وهو يدل على توجه الصحافة السعودية مؤخراً لنشر عدد أقل من المواد الصحفية في الصفحة الأولى بمساحة أكبر.

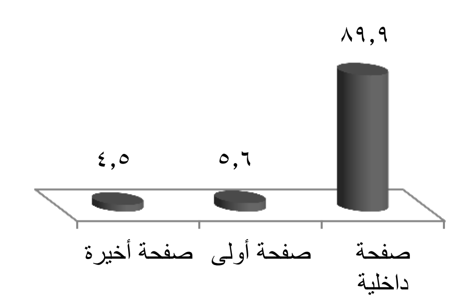
وفي النتيجة السابقة مؤشر واضح على اتجاه الصحف إجمالاً إلى تقليص عدد الموضوعات في الصفحات الأولى لمواكبة التوجهات العالمية الحديثة في المضامين التحريرية والتصميمات الفنية الصحفية، وهي في مجملها تفضّل القصص الإخبارية المطولة، بدلاً من التوجه نحو القصص القصيرة، وخاصة في الموضوعات الهامة، وهو تحول أساسي في المدرسة الإخراجية

التقليدية التي كانت تزخر فيها الصفحة الأولى بعشرات الأخبار القصيرة. (القرني، ١٤٣٢هـ/ ٢٠١١م، ص ١٥٨، ١٩٢).

جدول رقم (١)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع

الموقع	التكرار	النسبة
صفحات داخلية وملاحق	١١٨٥٤	٨٩,٩
صفحة أولى	٧٣٣	٥,٦
صفحة أخيرة	٥٩٧	٤,٥
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠



ويقدم الجدول رقم (٢) جانباً آخر عن شكل المـادة الصحافية في الصحف -عينة الدراسة- من حيث المادة المصورة المستخدمة، إذ اقتربت نسبة المادة الصحفية التي جاءت مصحوبة بمادة مرئية (صور/ رسوم/ جداول) ٦٠٪ تقريباً، وهي نسبة تزيد بنحو ٦٪ عن الحجم الكلي لتواجد المادة المرئية المصورة في مجمل القضايا والموضوعات التي تناولتها الصحف السعودية في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م (ص ٩٥).

وتشير النتيجة السابقة إلى التطور الحاصل في الاعتماد على الصور الفوتوغرافية، وهي إحدى السمات المميزة للمدرسة الحديثة في الصحافة الدولية (القرني، ١٤٣٢هـ/ ٢٠١١م، ص١٩٣) إلا أن الجزم بمدى مواكبة الصحافة السعودية للاتجاه العالمي في توظيف الجرافيكس من خلال تقديم المخططات الإحصائية وخارطة موقع الحدث، أو تقديم رسوم لوقوع حدث معين يحتاج إلى دراسات تفصيلية يمكن تقديمها في الإصدار القادم لهذه الدراسة من خلال إدراج فئات جديدة في التحليل.

ومن النتائج التي يوضحها الجدول رقم (٢) أن أكثر من نصف المادة الصحفية المصحوبة بمادة مصورة، اقتصرت فقط على تقديم (صور شخصية) للكاتب أو لشخصيات مرتبطة بالمادة الصحفية، بينما جاء صور مكان الحدث والرسوم والجداول والإحصاءات بنسب أقل.

جدول رقم (٢)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة المرئية

المادة المرئية	التكرار	النسبة
بدون (لا توجد)	٥٣٥٠	٤٠.٥
صورة شخصية	٤٢٩٩	٣٢,٦
صورة حدث	١٩٦٧	١٤,٩
رسم تشكيلي	٧٤٥	٥,٧
صورة حدث	٥٩٢	٤,٥
رسوم بيانية	١٦٧	١,٣
جداول وإحصائيات	٣٧	٠.٣
صورة كمبيوترية	٢٧	٠.٢
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠

ويتضح من بيانات جدول رقم (٣) أن المواد الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى مقارنة بالمواد الصحافية الأخرى المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) وبنسبة بلغت ٦٣٪ وتبدو هذه النتيجة متوقعة، باعتبار أن الصحف التي شملها التحليل، هي صحف يومية، تتجه في العادة إلى تقديم الخدمة الإخبارية أكثر من مواد الرأي التي تسجل حضوراً أكبر في الصحف والمجلات الأسبوعية.

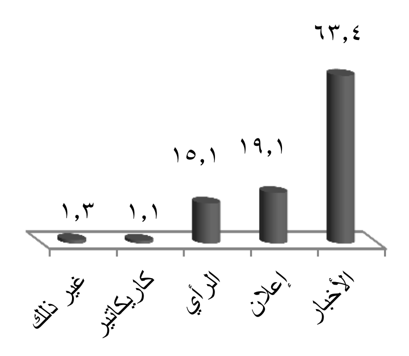
وجاء الإعلان في المرتبة الثانية، وإجمالاً فلم يختلف توزيع المادة الصحفية كثيراً في الدراسة الأولى (٢٠٠٧م) وهذه الدراسة (٢٠٠٩م)، فيما عدا

ارتفاع طفيف سجلته مواد الرأي التي بلغت نسبتها ١٥٪ عام ٢٠٠٩ مقابل ١٣٪ عام ٢٠٠٧.

جدول رقم (٣)

توزيع المادة الصحافية حسب الشكل

الشكل	التكرار	النسبة
الأخبار	٨٣٥٨	٦٣,٤
إعلان	٢٥١٦	١٩,١
الرأي	١٩٨٦	١٥,١
كاريكاتير	١٥٠	١,١
غير ذلك	١٧٤	١,٣
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠



وتوضح بيانات الجدول رقم (٤) ارتفاع نسبة الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية في الصحف السعودية –عينة البحث–، إذ ارتفعت النسبة من ١٨٪ عام ٢٠٠٧ إلى ٢٢٪ عام ٢٠٠٩، ويمكن تفسير تلك الزيادة الملحوظة بالقضايا الاقتصادية عام ٢٠٠٩ أنها جاءت لتواكب تداعيات الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ حيث شهد العالم أزمة اقتصادية بدأت شرارتها من الولايات المتحدة بسبب أزمة الرهن العقاري، وعبرت هذه الأزمة القارات لتلقي بظلالها على معظم دول العالم، والدول التي لم تتأثر بشكل مباشر من خلال استثمارات في الولايات المتحدة أو أوروبا أصابتها آثار غير مباشرة بسبب استشراء هذه الأزمة.

وشكل إعلان إمارة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة أواخر العام ٢٠٠٩م عن تأجيل سداد ديونها، صدمة للدائنين والمستثمرين معا. كما شكل إعلان جنرال موتورز الأمريكية إفلاسها أحد أبرز تداعيات الأزمة الاقتصادية، تلتها إغلاق ثلاثة بنوك أمريكية لتنضم إلى نحو ٩٠ بنكا أغلقت سابقا لذات الأسباب.•

وبمقارنة اهتمامات الصحافة السعودية بالموضوعات الأخرى عام (٢٠٠٧) وعام (٢٠٠٩) يتضح أن ترتيبها جاء متقارباً فيما عدا ارتفاع طفيف في نسبة

• صحيفة الاقتصادية الإلكترونية يوم: ٢٠٠٩/١٢/٢٩م، www.aleqt.com.

الاهتمام بالشأن السياسي على حساب القضايا الاجتماعية والأمنية بنسبة ٢٪ عام ٢٠٠٩م.

جدول رقم (٤)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	التكرار	النسبة
اقتصادي	٢٩٠٨	٢٢,١
سياسي	١٦٧٠	١٢,٧
رياضي	١٥٧١	١١,٩
اجتماعي	١٤٢٣	١٠,٨
ثقافي	١١٣٣	٨,٦
صحي	٧٨٤	٥,٩
تعليمي	٩١٢	٦,٩
أمني	٦٥٤	٥,٠
ديني	٤٨٨	٣,٧
فني	٣٠٣	٢,٣
عسكري	١٥١	١,١
غير ذلك	١١٨٧	٩
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠

وتؤكد نتائج الجدول رقم (٥) الخاص بتوزيع المادة الصحفية حسب الموضوعات التفصيلية النتائج السابقة المتعلقة بالموضوعات العامة، إذ احتلت الموضوعات الخاصة بالاقتصاد وعالم المال والأعمال المرتبة الأولى في الموضوعات المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) بنسبة تجاوزت ٢٢٪ تلتها موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية بنسبة ٩٪.

ويضيف الجدول رقم (٥) بعداً جديداً لاهتمامات الصحافة السعودية خلال العام ٢٠٠٩، عندما يكشف عن طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت بالاهتمام، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، وهي ذات القضايا الاجتماعية التي برزت في اهتمامات الصحافة السعودية عام ٢٠٠٧م في الدراسة الأولى (ص٨٢،٨١) في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي في فترة الدراسة للاهتمام بقضايا التنمية المحلية، خاصة في أجواء الاستقرار الاجتماعي والأمني التي تعيشها المملكة.

إلا أن القضايا التفصيلية التي برزت في تغطية الصحافة السعودية عام ٢٠٠٩م تضمنت بعض الاختلافات كما يوضحها الجدول رقم (١٠) مقارنة بقضايا العام ٢٠٠٧م (الدراسة الأولى ص٨١، ٨٢)، فعلى سبيل المثال: زادت نسبة الاهتمام بالقضايا الاقتصادية عام ٢٠٠٩ بنسبة أكثر من

٤٪ والأزمات الدولية بنسبة ٢٪، قضايا الصحة والدواء والسلامة بنسبة ٥, ١٪ تقريباً، ويمكن تفسير ذلك بالأحداث التي شهدها العالم نهاية العام ٢٠٠٨م، والعام ٢٠٠٩م وأهمها الأزمة المالية العالمية (التي سبقت الإشارة إليها في التعليق على الجدول السابق) بالإضافة إلى إعلان منظمة الصحة العالمية في يونيو ٢٠٠٩ رسمياً تحول أنفلونزا الخنازير إلى وباء عالمي. ورفع المرحلة التحذيرية لانتشار المرض إلى الدرجة السادسة وهو أعلى مستوى تحذيري للمرض.•

جدول رقم (٥)

توزيع المادة الصحافية حسب موضوعات المادة الصحفية المفصلة

موضوعات المادة الصحفية المفصلة	التكرار	النسبة
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٢٩٢٨	٢٢,٢
موضوعات الرياضة	١٢٤٠	٩,٤
الموضوعات السياسية والحكومية	١١٤٥	٨,٧
الفن والترفيه والتسلية	٨٧٥	٦,٦
الصحة والدواء والسلامة	٨٣٩	٦,٤
التعليم والاهتمام بالطفل	٧٧٨	٥,٩
الجرائم والمحاكمات	٥٦٣	٤,٣
الموضوعات والقضايا الدينية	٤٥٩	٣,٥
الأزمات الدولية	٣٨٩	٣,٠
الموضوعات العسكرية	٣١٢	٢,٤

• صحيفة الجزيرة السعودية: www.al-jazirah.com.sa عدد رقم ١٣٤٠٦، يوم ٢٠٠٩/٠٦/١٢م.

الكوارث والحوادث والمآسي	٢٧٦	٢,١
العلوم والاكتشافات والمخترعات	٢٤٠	١,٨
الأعمال الإرهابية	٢٠١	١,٥
حقوق الإنسان	١٦١	١,٢
أخبار المشاهير	١٤٣	١,١
قضايا الفقر والبطالة والإسكان	١٣٩	١,٠
البيئة والسكان	٩٤	.٧
الاضطرابات والقلاقل	٢٩	.٢
موضوعات أخرى	٢٣٨٣	١٨,١
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠

ويوضح الجدول رقم (٦) أن الموضوعات المحلية في المقدمة وفق توزيع المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية -عينة البحث- حسب الإطار الجغرافي بنسبة تجاوزت ٨٥٪، بارتفاع قدره أكثر من ٧٪ عن تغطية الصحافة السعودية للشأن المحلي عام ٢٠٠٧ (الدراسة الأولى ص٨٤)، وتشير هذه النتيجة إلى سمة (المحلية) كإحدى سمات شخصية الصحافة السعودية التي تتحدد من خلال درجة الاهتمامات التي تعطيها للمحور المحلي والدولي للموضوعات، وأكدت هذه النتيجة ما أوضحته دراسة (القرني، ٢٠٠٢) بأن ٧٨٪ من التكرارو٨٠٪ من المساحة احتلها الشأن المحلي في الصحافة السعودية خلال فترة (٧٥ عاماً) شملتها الدراسة التحليلية، وأن التغطيات المحلية زادت في العقود التالية إلى أن وصلت إلى

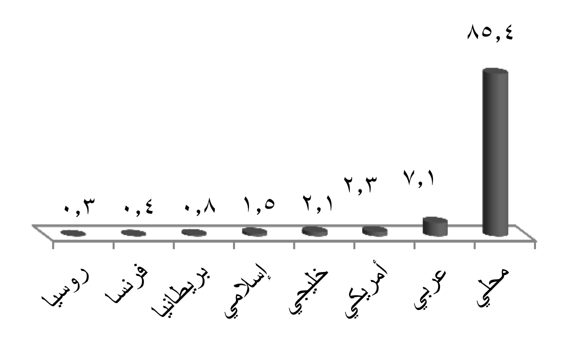
٨٦٪ في العقد التسعيني الميلادي، وهو -حسب الدراسة- مؤشر إلى أن سوق الصحافة الوطنية في كثير من دول العالم (ومنها المملكة العربية السعودية) بدأ يتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية.

والملاحظ في نتائج الجدول رقم (٦) أيضاً بروز الموضوعات العربية في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة بنسبة ٧٪ مقابل ٢٪ فقط للموضوعات التي تناولت الإطار الجغرافي الخليجي، أما الموضوعات التي تناولت الشأن الدولي وبلغت نسبتها ٤٪ تقريباً فقد ركزت بدرجة رئيسة على الولايات المتحدة الأمريكية تليها بريطانيا ثم فرنسا وروسيا.

جدول رقم (٦)

توزيع المادة الصحافية حسب الإطار الجغرافي

الإطار الجغرافي للمادة الصحافية	التكرار	النسبة
محلي	١١٢٦٤	٨٥,٤
عربي (غير خليجي)	٩٣٧	٧,١
دولي	٥١١	٣,٨
خليجي	٢٧٦	٢.٣
إسلامي	١٩٦	١,٥
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠



ويوضح الجدول رقم (٧) حول توزيع المادة الصحفية حسب القطاع الإداري أن المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) خلال عام ٢٠٠٩ ركزت على منطقتي (الرياض ومكة المكرمة) تليها المناطق الأخرى بفارق كبير، وهي ذات النتيجة التي خلصت إليها الدراسة الأولى للعام ٢٠٠٧م (ص٨٥) حيث أشارت إلى أن تلك النتائج منطقية، إذا أخذنا بعين الاعتبار أنها تمثل المادة التحليلية في كل الصحف التي شملتها الدراسة، في حين توضح النتائج اللاحقة بشكل تفصيلي أكثر دقة، الاهتمامات المكانية لكل صحيفة على حدة، بما يمكن الباحث من معرفة إلى أي مدى أثّر معيار (القرب المكاني) في اهتمامات كل صحيفة باعتبار مكان صدورها.

جدول رقم (٧)

توزيع المادة الصحافية حسب القطاع الإداري

القطاع الإداري	التكرار	النسبة
الرياض	٤١٣٠	٣١.٣
خارجي*	٢٣٧٣	١٨,٠
مكة المكرمة	١٩٦٣	١٤,٩
عام**	١٥٣٣	١١,٦
عسير	٩٣٩	٧.٢
الشرقية	٨٦٤	٦,٦
المدينة المنورة	٤٢٤	٣.٣
القصيم	١٨٧	١,٤
أكثر من قطاع	١٣٧	١,٠
جازان	١٣٤	١,٠
الحدود الشمالية	٩٨	٠.٧
نجران	٩٣	٠.٧
الباحة	٨٤	٠.٦
الجوف	٧٩	٠.٦
حائل	٧٤	٠.٦
تبوك	٧٢	٠.٥
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠

وتشير نتائج الجدول رقم (٨)، إلى أن (القطاع الخاص) ما يزال يحظى بالاهتمام الأكبر من اهتمامات الصحافة السعودية عام ٢٠٠٩م، وهو ما

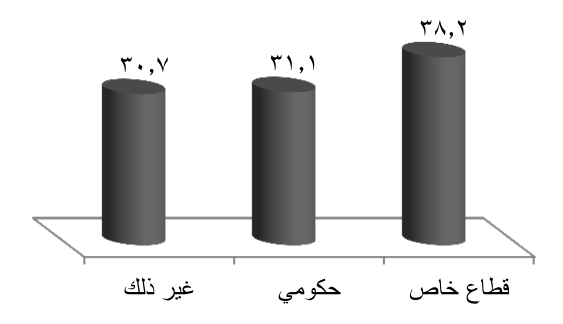
* أي خارج المملكة.
** غير محدد.

أشارت إليه الدراسة الأولى أيضاً عام ٢٠٠٧م (ص ٨٧) في إشارة إلى الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي في الفترة الزمنية التي شملتها الدراسة (٢٠٠٧، ٢٠٠٩م) وتعزز هذه النتيجة مؤشرات علمية توصلت إليها دراسة (التويم، ١٤٢١هـ) وأوضحت أن أولويات الصحافة السعودية خاصة في تناول القضايا الاقتصادية تتأثر باهتمامات "القطاع الخاص" كطرف مؤثر في عملية ترتيب أولويات الاهتمام بتلك القضايا.

جدول رقم (٨)

توزيع المادة الصحافية حسب الجهة

الجهة	التكرار	النسبة
قطاع خاص	٥٠٣٧	٣٨,٢
حكومي	٤١٠٠	٣١,١
غير ذلك	٤٠٤٧	٣٠,٧
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠



وتشير نتائج الجدول رقم (٩) إلى أن الاتجاه الإيجابي جاء في الصدارة، إذ غلب هذا الاتجاه على نسبة تقترب من ثلثي المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة، وهو نتيجة أكدتها دراسات أخرى أجريت على المستوى الإقليمي والعربي مثل دراسة (بن عبدي، ١٤٢٣هـ) التي أشارت إلى أن أخبار الصحف الخليجية يغلب عليها طابع المحلية ذو الاتجاه الإيجابي لاسيما السياسي منها، وفصّلت دراسات أخرى اتجاهات الفنون الصحفية المختلفة في الصحافة السعودية، مثل دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحافة السعودية تتجه إيجابياً في الغالب، وتتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها.

إلا أن المقارنة بين الدراسة الأولى للسمات التحريرية للصحافة السعودية التي أجريت على صحافة ٢٠٠٧م مقابل هذه الدراسة التي تناولت أعداد ٢٠٠٩م توضح ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة الاتجاه السلبي للتغطية الصحفية

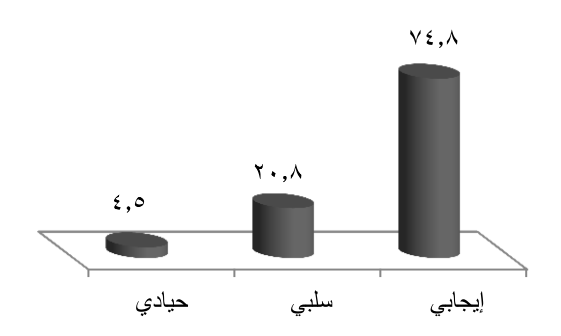
إجمالاً من ١١٪ في الدراسة الأولى (ص٨٨) إلى ٢١٪ تقريباً في دراسة ٢٠٠٩ كما يوضح الجدول التالي، أي بزيادة قدرها ١٠٪ في العام الأخير، ولعل مرد ذلك يرجع إلى أحداث ٢٠٠٩، وخاصة (سيول جدة) في نوفمبر ٢٠٠٩ التي أدت إلى وفاة أكثر من مائة شخص وحدوث أضرار كبيرة ببعض الممتلكات•. وما واكب ذلك من تغطية صحفية ناقدة لمستوى مشاريع البنية التحتية في المدينة.

جدول رقم (٩)

توزيع المادة الصحافية حسب الاتجاه

اتجاه المادة الصحافية	التكرار	النسبة
إيجابي	٩٨٥٦	٧٤,٨
سلبي	٢٧٣٧	٢٠,٨
حيادي	٥٩١	٤,٥
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠

• صحيفة الرياض: www.alriyadh.com



أما عن توزيع المادة الصحفية حسب الجدلية الأساسية، فتوضح نتائج الجدول رقم (١٠) غلبة الاتجاهات الإطرائية حيث إن النسبة الأعلى للاتجاه الإطرائي ٤٣,٥٪ أما النقدي فهو ٢٣٪ وتقديم مقترحات ٣٣,٥٪ وهي لا تختلف عن دراسة عام (٢٠٠٧) كما توضح النتائج في الجدول التالي.

جدول رقم (١٠)*

توزيع المادة الصحافية حسب الجدلية الأساسية

الجدلية الأساسية	التكرار	النسبة
إطرائي	٢٨٠٠	٤٣,٥
تقديم اقتراح	٢١٥٧	٣٣,٥
نقد	١٤٨٥	٢٣
الإجمالي	٦٤٤٢	١٠٠,٠

* ملاحظة: هذا الجدول لم يشمل المواد الصحفية التي تضمنت تقديم معلومات فقط وهي في معظمها المواد لإخبارية القصيرة، لذلك جاء مجموع التكرارات في هذا الجدول أقل من الجداول الأخرى.

وتوضح نتائج الجدول رقم (١١) أن الصحف السعودية -عينة الدراسة- تعتمد بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية في الحصول على المواد الصحفية بنسبة ٦٨٪ تقريباً من خلال الاعتماد على مراسلي ومندوبي الصحيفة، ومكاتبها الداخلية والخارجية. بينما بلغت نسبة المادة الصحفية التي تعتمد على مصادر مشتركة (ذاتية، وكالات، وسائل إعلام أخرى) أكثر من ١٦٪، وارتفع الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية من ٤٪ في عام ٢٠٠٧م (الدراسة الأولى، ص٩٣) إلى أكثر من ٧٪ في العام ٢٠٠٩م، كما يوضح الجدول التالي.

وكانت وكالة الصحافة الفرنسية، ثم (رويترز) هما أهم الوكالات الدولية التي اعتمدت عليها الصحافة السعودية (عينة الدراسة) كمصدر لمادتها الصحافية وإن بنسبة ضئيلة (أقل من ٤٪ للوكالتين).

والاعتماد على المصادر الذاتية في الصحافة السعودية رصدتها دراسات سابقة أيضاً، مثل دراسة (آل سعود، ١٤٢٤هـ) التي أشارت نتائجها أن معظم الصحف السعودية لديها مراسلين متفرغين يزيد عددهم عن ٢١ مراسلاً ومحرراً، أما فيما يتعلق بالمراسلين غير المتفرغين فقد أشار رؤساء التحرير في جميع الصحف التي تمت دراستها أنهم فوق العشرين مراسل. وكان الاعتماد كاملاً على المراسلين في جميع الصحف يليها الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية.

وأشارت نتائج الجدول التالي أيضاً إلى ندرة اعتماد الصحافة السعودية على وكالات الأنباء الخليجية والعربية، في تقديم مادتها الصحفية (أقل من ١,٥٪)، وهي نتيجة لا تختلف كثيراً عن نتائج دراسة العام ٢٠٠٧م (ص٩٣)، وهو مؤشر على الإشكالات التي ما تزال تواجه جهود التنسيق الإعلامي العربي، على الأقل في مستواه الرسمي.

جدول رقم (١١)

توزيع المادة الصحافية حسب المصدر

مصدر المادة الصحافية	التكرار	النسبة
ذاتي	٨٩١٧	٦٧,٦
مشترك	٢١٤٦	١٦,٣
وكالة الأنباء السعودية	٩٧٧	٧,٤
وكالات أنباء دولية أخرى	٢٨٧	٢,٢
وكالة الصحافة الفرنسية	٢٧٦	٢,١
وكالة رويترز	١٩٦	١,٥
وسيلة إعلامية أخرى	١٩٥	١,٥
وكالات أنباء عربية	١٤٥	١,١
وكالات أنباء خليجية	٢٢	٠.٢
وكالة الأسوشيتدبرس	٩	٠.١
شبكة الإنترنت	٩	٠.١
وكالة يونايتد برس	٥	٠.٠
الإجمالي	١٣١٨٤	١٠٠,٠

وتوضح بيانات الجدول رقم (١٢) أن قيمة (الشهرة) سجلت النسبة الأعلى في الحضور في المادة الصحافية التي شملتها الدراسة، تليها القيمة المعروفة بـ (أخبار ذات نتيجة جيدة Good News) والمقصود بها كقيمة إخبارية أن يكون المحتوى الخبري يشير أو يصل إلى نتيجة إيجابية مثل علاج مرض ما أو إنقاذ من خطر أو كارثة وغير ذلك من الأمور الإيجابية.

أما الأخبار المرتبطة باهتمامات الناس وحياتهم، والتي تعني -كقيمة إخبارية- أن يكون محتوى الخبر يرتبط ويتعلق باهتمامات الناس (القراء) وحياتهم المعيشية والبيئية، فقد جاءت بالإضافة إلى قيمة متابعة الأحداث في المركز الثالث. وتشير القيمة الأخيرة إلى الأخبار المتابعة أو المستمرة Follow–Up والتي يقصد بها كقيمة إخبارية أن تتناول المادة الإخبارية أحداثاً هي موجودة بالأساس في الأخبار ويتم متابعة هذه الأحداث.

وسجلت القيم الخاصة بالمفاجأة والنتائج السيئة والطرافة النسب الأقل حضوراً في المادة الصحفية التي شملتها الدراسة كما توضح نتائج الجدول التالي.

جدول رقم (١٢)*

توزيع المادة الصحافية حسب أسلوب القيم الإخبارية

القيم الاخبارية	التكرار	النسبة
مشـــــاهــير	٤١٦٤	٢٢
أخبار ذات نتيجة جيدة	٣٤٧٩	١٨
أخبار مرتبطة باهتمامات الناس وحياتهم	٢٤٤٢	١٣
الأخبار المتابعة أو المستمرة	٢٣٩٦	١٣
الضـخامـــة	٢٠٢٢	١١
أشخاص ومؤسسات	١٧٣٥	٩
ترفيه وغرابة وطرافة	١١٤١	٦
أخبار ذات نتيجة سيئة	٨٧٣	٥
المفاجأة أو التضاد	٦١٧	٣
الإجمالي	١٨٨٦٩	١٠٠

* إجمالي التكرارات في هذا الجدول أكثر من الجداول الأخرى على اعتبار أن المادة الصحافية الواحدة قد تتضمن أكثر من قيمة إخبارية.

وفي الجدول رقم (١٣) رصدت الدراسة شخصية واحدة في كل مادة صحفية شملتها الدراسة، وهي الشخصية الأكثر بروزاً في تلك المادة، وأشارت النتائج إلى أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة بنسبة ٥١٪، مقابل نسبة قريبة منها توزعت على فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية.

وهذه النتيجة لا تختلف كثيراً عن مؤشرات الدراسة الأولى التي أجريت عام ٢٠٠٧م (ص٩٩)، وهي نتيجة تدل على اقتراب الصحافة عموما من هموم المواطنين واهتماماتهم.

جدول رقم (١٣)

توزيع المادة الصحافية حسب الشخصية الرئيسة التي تناولتها

الشخصية الرئيسية	التكرار	النسبة
مواطنون	٣٥٧٨	٥١
شخصيات قيادية	١٣٨٧	٢٠
شخصيات ملكية (الأمراء)	٤٨٥	٧
شخصيات وزارية	٣٦٦	٥,٢
مدراء عموم	٣٦٠	٥,١
مدراء إدارات	٣٢٥	٥
أساتذة جامعات	٢٤٣	٣,٣
شخصيات اعتبارية	١٥١	٢
شخصيات برلمانية	١٠٩	١,٤
الإجمالي	(٧٠٠٤)*	١٠٠,٠

- إجمالي التكرار: هنا أقل من غيره من الجداول بسبب عدم احتواء كثير من المواد على شخصية رئيسة.

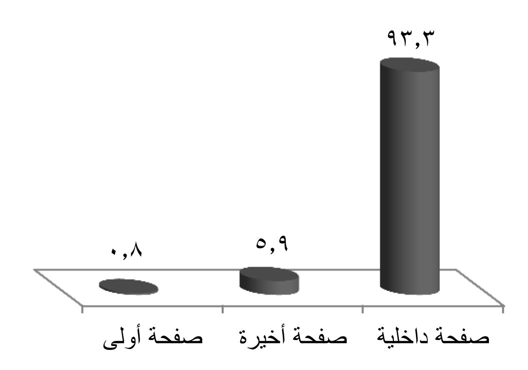
ثانياً: تحليل مقالات الرأي في الصحف السعودية (عينة الدراسة):

توضح نتائج الجدول رقم (١٤) توزيع مقالات الرأي في صفحات الصحف التي شملتها الدراسة، إذ كانت أكثر من ٩٣٪ من مقالات الرأي في الصفحات الداخلية، بينما تم نشر بقية مقالات الرأي في الصفحات الأولى والأخيرة.

جدول رقم (١٤)

توزيع مادة الرأي حسب الموقع

الموقع	العدد	النسبة المئوية
صفحة داخلية	١٨٥٤	٩٣.٣
صفحة أخيرة	١١٧	٥,٩
صفحة أولى	١٥	٠.٨
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠



وبمقارنة بيانات الجدول رقم (١٥) بمؤشرات الدراسة الأولى التي أجريت عام ٢٠٠٧م (ص١١٩)، يتضح نسبة مقالات الرأي التي لم تصاحبها مادة مصورة انخفضت من ٥٣٪ عام ٢٠٠٧م إلى ٣٢٪ عام ٢٠٠٩م في مؤشر على اهتمام الصحف السعودية بالمادة المصورة حتى في مقالات الرأي التي تعتمد أساساً على النص المكتوب، مع أن ٥٨٪ من تلك المقالات كانت مادتها المرئية عبارة عن (صورة شخصية) لكاتب المقال. ورصدت دراسة (بيت المال، والسهلي، ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٤ م) نتائج مشابهة توضح أن المادة المرئية كانت ضئيلة جداً في صفحات الرأي بالصحافة السعودية، وهو أمر متوقّع، لاعتماد المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب.

كانت النتائج العامة قد أشارت أن نسبة المادة الصحفية التي جاءت مصحوبة بمادة مرئية (صور/ رسوم/ جداول..) ٦٠٪ تقريباً، وهي نسبة تزيد بنحو ٦٪ عن الحجم الكلي لتواجد المادة المرئية المصورة في مجمل القضايا والموضوعات التي تناولتها الصحف السعودية في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م (ص٩٥).

جدول رقم (١٥)

توزيع مادة الرأي حسب المادة المرئية

المادة المرئية	العدد	النسبة المئوية
صورة شخصية	١١٤٩	٥٧,٩
بدون (لا توجد)	٦٣٢	٣١,٨
صورة حدث	١٢٢	٦,١
رسم تشكيلي	٥٠	٢,٥
حدث	٢٤	١,٢
رسوم بيانية	٦	٠.٣
جداول وإحصائيات	٢	٠.١
صورة كمبيوترية	١	٠.١
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠

وتوضح بيانات الجدول رقم (١٦) أن ٨٤٪ تقريباً من كتّاب صفحات الرأي في الصحافة السعودية، هم من الذكور، في حين قدرت الدراسة الأولى نسبة الذكور في كتابة صفحات الرأي عام ٢٠٠٧، ٨٧٪ (الدراسة الأولى، ص١٠١)، وبذلك ارتفعت نسبة مشاركة المرأة في صفحات الرأي من ٧٪ عام ٢٠٠٧م إلى أكثر من ١١٪ عام ٢٠٠٩م.

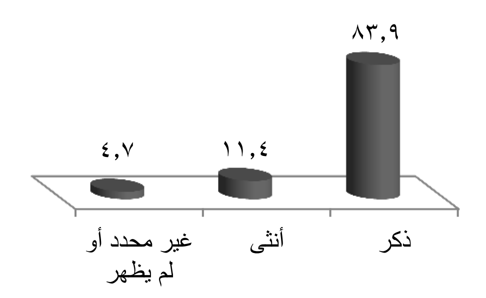
كانت دراسات سابقة قد أشارت أنه إلى وقت قريب كانت هناك مجالات متعددة في الكتابات الصحفية التي لم يخضها قلم المرأة السعودية مثل الرياضة وبعض مجالات الاقتصاد والتجارة والتسويق والدعاية والإعلان والشئون السياسية والتحليل السياسي وفن الكاريكاتير على اختلاف أنماطه، وغيرها من المجالات الاجتماعية الحساسة إلا في ما ندر (الدغفق، ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م).

وفي الصفحات والملاحق الثقافية بالصحافة السعودية، قدّرت دراسة (الزهراني، ١٤٢٨هـ) مشاركة المرأة السعودية ككاتبة بنسبة ١١,٥٪.

جدول رقم (١٦)

توزيع المادة الصحافية حسب جنس الكاتب

جنس الكاتب	العدد	النسبة المئوية
ذكر	١٦٦٦	٨٣,٩
أنثى	٢٢٧	١١,٤
غير محدد أو لم يظهر	٩٣	٤,٧
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠



ويتبين من نتائج الجدول رقم (١٧) أن الموضوعات الاجتماعية جاءت على رأس القائمة، كمـادة صحفية لـكتّاب الرأي في الصحـف السعودية -عينة الدراسة- بنسبة بلغت ١٨٪ تقريباً، تليها الموضوعات السياسية، ثم الثقافية ثم الرياضية ثم الاقتصادية.

وهو ترتيب لا يختلف كثيراً عن قائمة الأولويات التي أظهرتها نتائج الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م (ص ١٠٦) لموضوعات مقالات الرأي في الصحافة السعودية.

وبمقارنة النتيجة هنا بنتائج التحليل العام التي أظهرت أن القضايا الاجتماعية حظيت فقط بنسبة ١١٪ من التغطية الصحافية العامة، يتضح الاهتمام النسبي الواضح بالقضايا الاجتماعية في مقالات الرأي، مقابل تراجع الاهتمام بالشأن السياسي، وهو ما أكدته دراسات أخرى، مثل دراسة (العجمي، ١٤٢٣ هـ/ ٢٠٠٣م) التي تناولت فن المقال الصحفي في الصحافة السعودية، وأوضحت نتائجها أن ٣٧٪ من المقالات كانت ذات مضمون سياسي، و١٩,٤٪ ذات مضمون اجتماعي، و١٢٪ ذات مضمون ثقافي.

ومن ناحية أخرى تشير النتيجة السابقة إلى أن القضايا الاجتماعية نجحت في أن تكون في مركز الصدارة في اهتمامات كتّاب الرأي في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة (٢٠٠٩م) وفي نتائج الدراسة الأولى أيضا (٢٠٠٧م).

جدول رقم (١٧)

توزيع مادة الرأي حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	العدد	النسبة المئوية
اجتماعي	٣٥٢	١٧,٧
سياسي	٣٤٣	١٧,٣
ثقافي	٣٠٣	١٥,٣
رياضي	١٥١	٧,٦
اقتصادي	١٤٥	٧,٣
ديني	١١١	٥.٥
تعليمي	١٠٧	٥,٤
صحي	٨١	٤,١
أمني	٣٤	١,٧
فني	٢٠	١,٠
التعليم الجامعي	١٩	١,٠
عسكري	٥	٠.٣
غير ذلك	٣١٥	١٥.٨
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠

وأضافت المؤشرات التفصيلية عن قضايا مقالات الرأي في الجدول رقم (١٨) أبعاداً جديدة للتحليل تتعلق بزيادة الاهتمام ببعض القضايا مقارنة بحجم التركيز والاهتمام في الدراسة السابقة ٢٠٠٧م، فقد تجاوزت نسبة الاهتمام بموضوع الأزمات الدولية نسبة ٧٪ في مقالات ٢٠٠٩م مقابل ٢٪ فقط في مقالات الصحافة السعودية عام ٢٠٠٧م (ص ١٠٨)، وتعزز هذه النتيجة التفسير الذي سبقت الإشارة إليه في التحليل العام، وخلاصته أن

تداعيات الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ ومطلع ٢٠٠٩م قد ألقت بظلالها بشكل ملحوظ في تغطيات الصحافة السعودية.

كما ارتفعت نسبة الاهتمام بموضوعات الكوارث والحوادث من ١٪ في مقالات الرأي بالصحافة السعودية عام ٢٠٠٧م إلى ٤,٢٪ عام ٢٠٠٩م. مواكبة لردود الأفعال حول كارثة (سيول جدة) في نوفمبر ٢٠٠٩ التي أدت إلى وفاة أكثر من مائة شخص وحدوث أضرار كبيرة•، وما واكب ذلك من تغطية صحفية ناقدة لمستوى مشاريع البنية التحتية في المدينة.

وكشفت النتائج التفصيلية أيضا عن طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت باهتمام الصحافة السعودية في العام ٢٠٠٩، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والإسكان.

• صحيفة الرياض: www.alriyadh.com

جدول رقم (١٨)

توزيع مادة الرأي حسب موضوعات المادة الصحفية المفضّلة

موضوعات المادة الصحفية	العدد	النسبة المئوية
الاقتصاد وعالم المال	١٦٦	٨,٤
الموضوعات السياسية	١٥٢	٧,٧
الأزمات الدولية	١٤٧	٧,٤
موضوعات الرياضة	١٤٠	٧,٠
التعليم والاهتمام بالطفل	١٢٤	٦,٣
الفن والترفيه والتسلية	١٢١	٦,١
الموضوعات والقضايا الدينية	٩٦	٤,٨
الصحة والدواء والسلامة	٨١	٤,١
الأعمال الإرهابية	٥٤	٢,٧
الكوارث والحوادث	٤٧	٢,٤
الجرائم والمحاكمات	٣٦	١,٨
حقوق الإنسان	٣٦	١,٨
أخبار المشاهير	٢٩	١,٥
العلوم والاكتشافات	٢٠	١,٠
قضايا الفقر والإسكان	١٨	٠.٩
البيئة والسكان	١٧	٠.٩
الموضوعات العسكرية	١٦	٠.٨
الاضطرابات والقلاقل	٢	٠.١
موضوعات أخرى	٦٨٤	٣٤,٤
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠

وتوضح نتائج توزيع مقالات الرأي حسب الإطار الجغرافي كما في الجدول رقم (١٩) ارتفاع نسبة اهتمام الصحف السعودية بالشأن المحلي إلى نسبة

تجاوزت ٩٠٪ من إجمالي مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة، مقابل نسبة ٨٢٪ في عام ٢٠٠٧م (الدراسة الأولى، ص ١٠٩).

جدول رقم (١٩)

توزيع مادة الرأي حسب الإطار الجغرافي

الإطار الجغرافي	العدد	النسبة المئوية
محلي	١٧٩٩	٩٠,٦
عربي (غير خليجي)	١١٢	٥,٦
دولي	٣٥	١.٨
خليجي	٢٠	١,٠
إسلامي	٢٠	١,٠
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠.٠

وحسب القطاع الإداري فقد أظهرت نتائج توزيع مقالات الرأي تصدّر قطاعات (الرياض، عام، مكة المكرمة، خارجي)، هي القطاعات الأربعة التي تصدرت نتائج التحليل العام أيضاً كما في الجدول رقم (٢٠).

وفي قراءة النتيجة السابقة يمكن القول أن اتجاهات كتاب الرأي في هذه الزاوية اتجهت نحو الموضوعات والقضايا الخاصة بعاصمة البلد السياسية (الرياض) والعاصمة المقدسة (مكة المكرمة) بالإضافة إلى الموضوعات

والقضايا ذات البعد الوطني الذي يهم المملكة بشكل عام، تليها جميعا الموضوعات الخارجية.

جدول رقم (٢٠)

توزيع مادة الرأي حسب القطاع الإداري

القطاع الإداري	العدد	النسبة المئوية
الرياض	٥٦٧	٢٨,٥
عام	٥٢٧	٢٦,٥
مكة المكرمة	٢٤٣	١٢,٢
خارجي	٢٤٢	١٢,٢
المدينة المنورة	١٥٩	٨,٠
عسير	١١٤	٥,٧
الشرقية	٩٥	٤,٨
القصيم	١٩	١,٠
جازان	٦	٠.٣
الحدود الشمالية	٣	٠.٢
أكثر من قطاع	٣	٠.٢
الجوف	٢	٠.١
حائل	٢	٠.١
نجران	٢	٠.١
الباحة	٢	٠.١
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠

وتوضح نتائج الجدول رقم (٢١) أن مواد الرأي التي تتناول قضايا القطاع الخاص ارتفعت نسبتها إلى ٣٧٪ تقريباً، أي بزيادة قدرها ٥٪ عن العام ٢٠٠٧ (الدراسة الأولى، ص ١١٢)، وتعزز هذه النتيجة التفسير الذي ساقته الدراسة السابقة عن الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي.

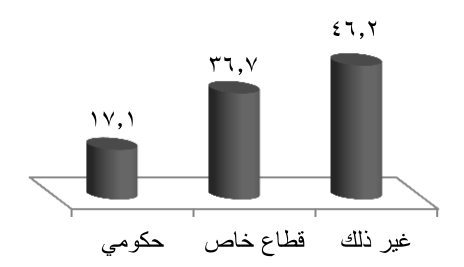
وحتى في نتائج التحليل العام لمجمل المواد الصحفية التي شملتها الدراسة فقد كانت قضايا القطاع الخاص في الصدارة أيضاً، سواء في الدراسة الأولى (٢٠٠٧م) أو في الثانية (٢٠٠٩م).

والملاحظ في نتائج الجدول رقم (٢١) ارتفاع فئة (غير ذلك) إلى أكثر من ٤٦٪ وهي تشمل الموضوعات التي لم يجد فيها الباحثون بروزاً ملحوظاً لقضايا قطاع واحد. وتشمل كذلك مقالات الرأي التي تناولت موضوعات تتعلق بالقطاعين الحكومي والخاص معاً، وهي الموضوعات ذات النسبة الأعلى في مقالات الرأي كما توضح النتائج.

جدول رقم (٢١)

توزيع مادة الرأي حسب الجهة

الجهة	العدد	النسبة المئوية
قطاع خاص	٧٢٨	٣٦,٧
حكومي	٣٤٠	١٧,١
غير ذلك	٩١٨	٤٦,٢
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠



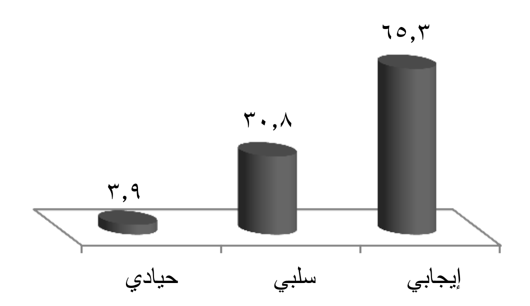
وتوضح نتائج الجدول رقم (٢٢) الخاصة باتجاهات مقالات الرأي مقارنة باتجاهات المواد الصحفية إجمالاً أن الاتجاه السلبي ارتفع إلى ٣١٪ في مقالات الرأي، وهي نسبة تفوق الاتجاه السلبي الذي رصدته الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م في مقالات الرأي (١٤٪).

والنتائج سواء في الدراسة الأولى أم في الثانية تتفق مع المؤشرات العلمية السابقة التي ساقتها دراسات أخرى مثل دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحافة السعودية تتجه إيجابياً في الغالب، بينما تتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها. ولعل السبب في تزايد الاتجاه السلبي يرجع إلى أحداث ٢٠٠٩، وخاصة كارثة (سيول جدة) في نوفمبر ٢٠٠٩ التي أدت إلى وفاة أكثر من مائة شخص وحدوث أضرار كبيرة، وما واكب ذلك من تغطية صحفية ناقدة لمستوى مشاريع البنية التحتية في المدينة.

جدول رقم (٢٢)

توزيع مادة الرأي(مقالات الرأي) حسب الاتجاه

اتجاه المادة	العدد	النسبة المئوية
إيجابي	١٢٩٧	٦٥,٣
سلبي	٦١٢	٣٠,٨
حيادي	٧٧	٣,٩
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠



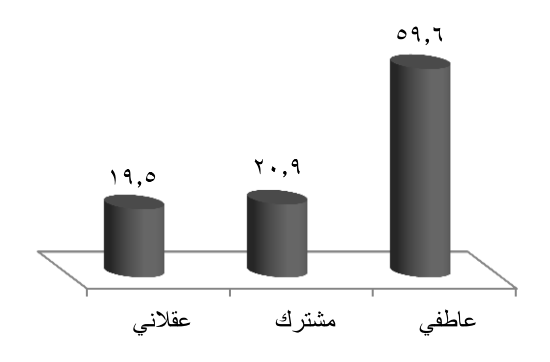
وبحسب بيانات الجدول رقم (٢٣) فقد جاء الطرح العاطفي في مقدمة أساليب الطرح في مقالات الرأي.

وهي نتائج تحتاج لتفسير من خلال دراسة إضافية تبحث في طبيعة المضامين التي كانت سائدة خلال هذه الفترة الزمنية، وتحاول الوصول إلى تفسيرات علمية عن زيادة نسبة الطرح العاطفي خلال عام ٢٠٠٩م مقارنة بعام ٢٠٠٧م على سبيل المثال، في الدراسة السابقة (ص١١٤).

جدول رقم (٢٣)

توزيع مادة الرأي حسب طبيعة الطرح

طبيعة الطرح	العدد	النسبة المئوية
عاطفي	١١٨٤	٥٩,٦
مشترك	٤١٥	٢٠,٩
عقلاني	٣٨٧	١٩,٥
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠



وتوضح بيانات الجدول رقم (٢٤) توزيع مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة حسب الجدلية الأساسية، فقد كانت الغلبة للجدليات التي تعتمد على النقد وتقديم الاقتراحات بنسبة تجاوزت ٣٨٪، مقابل أقل من ٢٥٪ للاتجاه الإطرائي.

والملاحظ ارتفاع نسبة المقالات التي لم تكن ضمن تلك الجدليات وتشمل الموضوعات التي وجد فيها الباحثون خليطاً من الجدليات يصعب الجزم ببروز واحدة فقط منها.

جدول رقم (٢٤)

توزيع مادة الرأي حسب الجدلية الأساسية

الجدلية الأساسية	العدد	النسبة المئوية
إطرائي	٤٩٤	٢٤,٩
نقد	٤٥١	٢٢,٧
تقديم اقتراح	٣٠٩	١٥,٦
غير ذلك	٧٣٢	٣٦.٨
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠

ويتضح من بيانات الجدول رقم (٢٥) توزيع مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة حسب مصدر المادة الصحفية، فقد اعتمد كتّاب تلك المواد بنسبة تقترب من ٩٧٪ على مصادرهم الذاتية في طرحهم للقضايا والموضوعات التي تضمنتها مقالاتهم، وجاء الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى وتسمية وسيلة محددة أو وكالة أنباء معينة كمصادر يستقي منها كتّاب المقالات موضوعاتهم بنسبة تزيد قليلا عن ٣٪ فقط.

جدول رقم (٢٥)

توزيع مادة الرأي(مقالات الرأي) حسب مصدر المادة

مصدر المادة	العدد	النسبة المئوية
ذاتي	١٩٢٣	٩٦.٧
وكالة الأنباء السعودية	٤٢	٢,١
وكالات أنباء دولية أخرى	٨	٠.٤
مشترك	٧	٠.٤
وكالات أنباء عربية	٣	٠.١
وكالة رويترز	١	٠.١
وكالة الصحافة الفرنسية	١	٠.١
شبكة الإنترنت	١	٠.١
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠

توضح نتائج الجدول رقم (٢٦) أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في مقالات الرأي التي شملتها الدراسة بنسبة تقترب من ٣٩٪، وتعزز هذه النتيجة أيضاً مؤشرات التحليل الإجمالي للمواد الصحفية، ونتائج الدراسة السابقة التي أجريت عام ٢٠٠٧م وأشارت إلى نسب مشابهة (ص١٢٠) وخلصت إلى أن ذلك مؤشر على اتجاه الصحافة السعودية للاهتمام بشكل أكبر بقضايا المواطن، وجعله المحور الرئيس للمادة الصحفية.

جدول رقم (٢٦)

توزيع مادة الرأي حسب الشخصية الرئيسية في المقال

الشخصية الرئيسية في المقال	العدد	النسبة المئوية
مواطنون	٧٦٤	٣٨,٥
شخصيات قيادية	٦٧	٣,٤
شخصيات اعتبارية	٣٥	١,٨
شخصيات ملكية	١٨	٠.٩
مدراء عموم	١٧	٠.٩
شخصيات وزارية	١٦	٠.٨
أعضا مجلس الشورى	١٢	٠.٦
مدراء إدارات	١٠	٠.٥
أساتذة جامعات	٥	٠.٣
غير ذلك	١٠٤٢	٥٢.٣
الإجمالي	١٩٨٦	١٠٠,٠

ثالثاً: التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة):

وفي التحليل المقارن للموضوعات التي تضمنتها الصحافة السعودية -عينة الدراسة- يوضح الجدول رقم (٢٧) أن الصفحات الداخلية قد استحوذت على النسبة الأكبر للمواد الصحفية في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٨٧٪ (كما في صحيفة المدينة) و ٩٢,٤٪ (كما في صحيفة الجزيرة). كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن الصفحات الداخلية في جميع الصحف قد تضمنت ٩٠٪ تقريباً من المواد الصحفية التي شملتها الدراسة.

أما المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأول فقد تراوحت بين ٣,٧٪ (كما في الجزيرة) و٨,٥٪ (صحيفة الرياض)، بينما أشارت النتائج الإجمالية أن الصفحات الأول في جميع الصحف قد تضمنت ٥,٦٪ من المواد الصحفية التي شملها التحليل خلال فترة الدراسة.

وعن الصفحات الأخيرة تشير النتائج إلى أن المواد الصحفية التي تضمنتها قد تراوحت بين ٣,٥٪ (صحيفة الجزيرة) و٦,٤٪ (صحيفة المدينة)، وكانت النتائج الإجمالية قد أشارت إلى أن الصفحات الأخيرة في جميع الصحف قد تضمنت ٤,٥٪ من إجمالي المواد الصحفية التي شملها التحليل.

جدول رقم (٢٧)

توزيع المادة الصحافية حسب الموقع

الموقع	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
صفحة أولى	٢١٢	١١٤	٩٢	٩٤	١٣٠	٩١	٧٣٣
	٨,٥	٣,٧	٣,٩	٤,٦	٧,١	٦,٦	٥,٦
صفحة داخلية	٢١٨٩	٢٨٦٤	٢١٣٣	١٨٥٠	١٦٢٤	١١٩٤	١١٨٥٤
	٨٧,٩	٩٢,٤	٩١,٠	٩٠,٥	٨٨,٦	٨٧,٠	٨٩,٩
صفحة أخيرة	٨٨	١٢١	١٢٠	١٠١	٧٩	٨٨	٥٩٧
	٣,٥	٣,٩	٥,١	٤,٩	٤,٣	٦,٤	٤,٥
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

وبمقارنة هذه النتائج بنتائج الدراسة الأولى (السمات التحريرية للصحافة السعودية، ٢٠٠٧م، ص١٣٥) يتضح أن نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى انخفضت نسبتها بشكل واضح في جميع الصحف التي شملتها الدراسة عدا صحيفة (عكاظ) التي حافظت على نسبة قريبة من تكرارات المادة الصحفية في الصفحة الأولى في الدراستين.

وكانت نتائج التحليل الإجمالي لكل الصحف قد أشارت إلى أن نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى انخفضت نسبتها من ١١٪ عام ٢٠٠٧م، إلى أقل من ٦٪ عام ٢٠٠٩م، وهو مؤشر على اتجاه الصحافة

السعودية مؤخراً لنشر عدد أقل من المواد الصحفية في الصفحة الأولى بمساحة أكبر، على اعتبار أن الدراستين اعتمدتا على أسلوب التكرار.

وفي النتيجة السابقة مؤشر واضح على اتجاه الصحف إجمالاً إلى تقليص عدد الموضوعات في الصفحات الأولى لمواكبة التوجهات العالمية الحديثة في المضامين التحريرية والتصميمات الفنية الصحفية، وهي في مجملها تفضّل القصص الإخبارية المطولة، بدلاً من التوجه نحو القصص القصيرة، وخاصة في الموضوعات الهامة، وهو تحول أساسي عن المدرسة الإخراجية التقليدية التي كانت تزخر فيها الصفحة الأولى بعشرات الأخبار القصيرة. (القرني، ١٤٣٢هـ/ ٢٠١١م، ص ١٥٨، ١٩٢).

ويتضح من بيانات الجدول رقم (٢٨) أن معظم الصحف التي شملتها الدراسة كانت أكثر من ٥٠٪ من المواد الصحفية فيها مصحوبة بمادة مرئية، مثل: الصور الشخصية وصور من مواقع الحدث، وبدرجة أقل الأشكال التوضيحية والرسوم البيانية والجداول والإحصاءات.

وسجلت الصور الشخصية، النسبة الأعلى في صحيفة الجزيرة (٦, ٤٢٪)، بينما كان الحضور الأفضل للصور من موقع الأحداث في صحيفة عكاظ (٦, ٢٠٪).

وتشير النتائج السابقة إلى المدى الذي استطاعت الصحافة السعودية من خلاله مواكبة الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية، وخاصة في الجوانب الفنية المتعلقة بتوظيف (الجرافيكس)، وزيادة استخدام المواد المرئية المختلفة.

كانت النتائج الإجمالية للتحليل العام قد أشارت على أن نسبة المادة الصحفية التي جاءت مصحوبة بمادة مرئية (صور/ رسوم/ جداول) قد اقتربت من ٦٠٪، وهي نسبة تزيد بنحو ٦٪ عن الحجم الكلي لتواجد المادة المرئية المصورة في مجمل القضايا والموضوعات التي تناولتها الصحف السعودية في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م (ص٩٥). ومع ذلك فإن الجزم بمدى مواكبة الصحافة السعودية للاتجاه العالمي في توظيف الجرافيكس من خلال تقديم المخططات الإحصائية وخارطة موقع الحدث، أو تقديم رسوم

لوقوع حدث معين، يحتاج إلى دراسات تفصيلية يمكن تقديمها في الإصدار القادم لهذه الدراسة من خلال إدراج فئات جديدة في التحليل.

جدول رقم (٢٨)

توزيع المادة الصحافية حسب المادة المرئية

المادة المرئية	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
بدون (لا توجد)	١٠٢٤	٩٦٩	١٢٤٣	٧٣٩	٦٦٧	٧٠٨	٥٣٥٠
	٤١,١	٣١,٣	٥٣,٠	٣٦,١	٣٦,٤	٥١,٦	٤٠,٦
صورة شخصية	٦٠٠	١٣٢١	٧٩٩	٦٤٠	٦٦٠	٢٧٩	٤٢٩٩
	٢٤,١	٤٢,٦	٣٤,١	٣١,٣	٣٦,٠	٢٠,٣	٣٢,٦
صورة حدث	٤٣٠	٣٠٥	١٤٦	٤٢١	٣٨٧	٢٧٨	١٩٦٧
	١٧,٣	٩,٨	٦,٢	٢٠,٦	٢١,١	٢٠,٢	١٤.٨
حدث	١٩٦	١١٦	٦٤	٨٣	٨٠	٥٣	٥٩٢
	٧,٩	٣,٧	٢,٧	٤,١	٤,٤	٣,٩	٤,٥
رسوم بيانية	٧٩	٥	١٨	٥٤	٦	٥	١٦٧
	٣,٢	.٢	.٨	٢,٦	.٣	.٤	١,٣
رسم تشكيلي	١٥٩	٣٧٤	٦٧	١٠٤	١٩	٢٢	٧٤٥
	٦,٤	١٢,١	٢.٩	٥,١	١,٠	١,٦	٥,٧
جداول وإحصائيات	٠	٤	٨	٢	١١	١٢	٣٧
	.٠	.١	.٣	.١	.٦	.٩	٠.٣
صورة كمبيوترية	١	٥	٠	٢	٣	١٦	٢٧
	.٠	.٢	.٠	.١	.٢	١,٢	٠.٢
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

ويوضح الجدول رقم (٢٩) أن الأخبار جاءت في المركز الأول في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٤ ,٥٨٪ (كما في صحيفة الرياض) و٧٤٪ تقريباً (كما في صحيفة الوطن). كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن نسبة الأخبار وصلت إلى ٤ ,٦٣٪ من المواد الصحفية التي شملتها الدراسة.

أما الإعلانات التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ١ ,١٩٪ من إجمالي المواد الصحفية في جميع الصحف التي شملتها الدراسة، فقد تراوحت نسبتها بين ١٢٪ تقريباً (اليوم والوطن) و٢٥٪ (الرياض وعكاظ).

وهي مؤشرات مشابهة لدراسات سابقة، مثل دراسة (عبدالحميد، ١٤٠٩، ص ١٠١) و ودراسة (العسكر، ١٤١٧هـ، ص ٤٦).

أما مقالات الرأي فقد تراوحت نسبتها بين ١٢٪ كما في صحيفتي (الوطن وعكاظ)، و٢٣٪ (اليوم) كما توضح نتائج الجدول التالي، وتراوحت نسبة الكاريكاتير بين أقل من ١٪ (الرياض- الجزيرة- عكاظ) و٨,١٪ (الوطن).

جدول رقم (٢٩)

توزيع المادة الصحافية حسب شكل المادة

شكل المادة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
الأخبار	١٤٥٣	١٨٩٨	١٧٣٠	١٢٥٤	١١٢١	٩٠٢	٨٣٥٨
	٥٨,٤	٦١,٢	٧٣,٨	٦١,٣	٦١,٢	٦٥,٧	٦٣,٤
الرأي	٣٥٩	٤٩٣	٢٨٤	٢٥٣	٤٢١	١٧٦	١٩٨٦
	١٤,٤	١٥,٩	١٢,١	١٢,٤	٢٣,٠	١٢,٨	١٥,١
كاريكاتير	٢٣	٢٩	٤٣	١٧	٢٤	١٤	١٥٠
	٠.٩	٠.٩	١,٨	٠.٨	١,٣	١,٠	١,١
إعلان	٦٢٢	٦٠١	٢٨٦	٥١١	٢١٩	٢٧٧	٢٥١٦
	٢٥,٠	١٩,٤	١٢,٢	٢٥,٠	١١,٩	٢٠,٢	١٩,١
غير ذلك	٣٢	٧٨	٢	١٠	٤٨	٤	١٧٤
	١,٣	٢,٥	٠.١	٠.٥	٢,٦	٠.٣	١,٣
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

ويتبين من نتائج الجدول رقم (٣٠) أن نسبة الاهتمام أو التركيز على القضايا الاقتصادية كانت أعلى من نسبة الاهتمام بالقضايا الأخرى في معظم الصحف التي شملتها الدراسة.

كانت مؤشرات التحليل العام للصحف أوضحت ارتفاع نسبة الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية في الصحف السعودية -عينة البحث- من ١٨٪ عام ٢٠٠٧ إلى ٢٢٪ عام ٢٠٠٩، وفسرت تلك الزيادة الملحوظة بالقضايا الاقتصادية عام ٢٠٠٩ أنها جاءت لتواكب تداعيات الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨م.

وأشارت نتائج التحليل العام إلى ارتفاع طفيف في نسبة الاهتمام بالشأن السياسي على حساب القضايا الاجتماعية والأمنية بنسبة ٢٪ عام ٢٠٠٩م، مقارنة بتغطية عام ٢٠٠٧م، وتوضح نتائج الجدول التالي نتائج تفصيلية لتغطية القضايا المختلفة في الصحف التي شملتها الدراسة.

جدول رقم (٣٠)

توزيع المادة الصحافية حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
سياسي	٣١٠	٢٦٣	٢١٢	١٩٢	٣٢٠	٣٧٣	١٦٧٠
	١٢,٥	٨,٥	٩,٠	٩,٤	١٧,٥	٢٧,٢	١٢,٧
اقتصادي	٥٧٤	٩٨٨	٦٩٨	٤٨٧	٣٥	١٢٦	٢٩٠٨
	٢٣,١	٣١,٩	٢٩,٨	٢٣,٨	١,٩	٩,٢	٢٢,١
عسكري	٢٨	٢٣	٢٥	١٣	١٦	٤٦	١٥١
	١,١	.٧	١,١	.٦	.٩	٣,٤	١,١
أمني	٢١٢	١٤٢	٨٨	١٣٧	٣٤	٤١	٦٥٤
	٨,٥	٤,٦	٣,٨	٦,٧	١,٩	٣,٠	٥,٠
تعليمي	١٠١	١٥٧	١١٢	١٦٣	١٢٣	٥٩	٧١٥
	٤,١	٥,١	٤,٨	٨,٠	٦,٧	٤,٣	٥,٤
ثقافي	٢٨٤	٢٥٠	١٤٥	١٣٤	٢٥٦	٦٨	١١٣٧
	١١,٤	٨,١	٦,٢	٦,٦	١٤,٠	٥,٠	٨,٦
صحي	١٩٤	١٨٦	٩٠	١٢٨	٩٥	٩١	٧٨٤
	٧,٨	٦,٠	٣,٨	٦,٣	٥,٢	٦,٦	٥,٩
رياضي	٢٨٤	٣٤٥	٣٣٣	٢١٩	٨٥	١٥٧	١٤٢٣
	١١,٤	١١,١	١٤,٢	١٠,٧	٤,٦	١١,٤	١٠,٨
فني	٦٢	١٠٢	٨٨	١٢	٢١	١٨	٣٠٣
	٢,٥	٣,٣	٣,٨	.٦	١,١	١,٣	٢,٣
اجتماعي	٣٣٨	٣٠	٥٤	٣٠٥	٣٥	١٩٩	١٥٧١
	١٣,٦	١,٠	٢,٣	١٤,٩	١,٩	١٤,٥	١١,٩
ديني	٤٧	١٠٨	١٠٠	٨٣	٥٠	١٠٠	٤٨٨
	١,٩	٣,٥	٤,٣	٤,١	٢,٧	٧,٣	٣,٧
التعليم الجامعي	٤٣	٣٨	٣٣	٢٣	٢٥	٣٥	١٩٧
	١,٧	١,٢	١,٤	١,١	١,٤	٢,٥	١,٥
غير ذلك	١٢	٤٦٧	٣٦٧	١٤٩	١٢٨	٦٠	١١٨٣
	.٥	١٥	١٥,٧	٧,٣	٧	٤,٤	٩
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

أما فيما يتعلق بالنتائج المقارنة بين الصحف في موضوعات مقالات الرأي تحديداً في أشارت النتائج في الجدول رقم (٣١) أن الموضوعات الاجتماعية جاءت على رأس القائمة، بنسبة بلغت ١٨٪ تقريباً، وكانت أكثر بروزاً في مقالات صحيفتي (اليوم والمدينة)، في حين ركزت مقالات (الجزيرة وعكاظ) على الشأن الاقتصادي، ومقالات (الرياض) على الشأن الثقافي.

وبشكل عام فقد جاءت الموضوعات السياسية، بعد الموضوعات الاجتماعية، تليها الموضوعات الثقافية ثم الرياضية ثم الاقتصادية. وهو ترتيب لا يختلف كثيراً عن قائمة الأولويات التي أظهرتها نتائج الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م (ص١٠٦) لموضوعات مقالات الرأي في الصحافة السعودية.

جدول رقم (٣١)

توزيع مقالات الرأي حسب الموضوعات العامة

الموضوعات العامة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
سياسي	٥٥	٧٥	٣١	١٢	١٣٢	٣٨	٣٤٣
	١٥,٣	١٥,٢	١٠,٩	٤,٧	٣١,٤	٢١,٦	١٧,٣
اقتصادي	٣٩	٤٩	٢٧	٣٣	٠	٧	١٤٥
	٨,١	٩,٩	٩,٥	١٣,٠	٠	٤,٠	٧.٣
عسكري	٢	٠	٠	٠	١	٢	٥
	٠.٦	٠	٠	٠	٠.٢	١,١	٠.٣
أمني	١٥	٤	٤	١٠	٠	١	٣٤
	٤,٢	.٨	١,٤	٤,٠	٠	٠.٦	١,٧
تعليمي	١٣	٢٧	١٦	١٩	٢٤	٨	١٠٧
	٣,٦	٥,٥	٥,٦	٧,٥	٥,٧	٤,٥	٥,٤
ثقافي	١١٤	٦٢	٣٨	٣٥	٣٦	١٨	٣٠٣
	٣١,٨	١٢,٦	١٣,٤	١٣,٨	٨,٦	١٠,٢	١٥,٣
صحي	٢٤	١٢	٥	١١	٢٤	٥	٨١
	٦,٧	٢,٤	١,٨	٤,٣	٥,٧	٢,٨	٤,١
رياضي	٣٦	٣٦	٣٧	٣١	٠	١١	١٥١
	١٠,٠	٧,٣	١٣,٠	١٢,٣	٠	٦,٢	٧,٦
فني	٢	٤	٦	٤	٠	٤	٢٠
	٠.٦	٠.٨	٢,١	١,٦	٠	٢,٣	١,٠
اجتماعي	٥١	٨	١٤	٥٤	١٨٠	٤٥	٣٥٢
	١٤,٢	١,٦	٤,٩	٢١,٣	٤٢,٨	٢٥,٦	١٧,٦
ديني	٧	٣٦	٢٠	٢٠	١٢	١٦	١١١
	١,٩	٧,٣	٧,٠	٧,٩	٢,٩	٩,١	٥,٦
التعليم الجامعي	٧	١	٤	١	١	٥	١٩
	١,٩	٠.٢	١,٤	٠.٤	٠.٢	٢,٨	١,٠
موضوعات برلمانية وشورية	٠	٣	٠	٠	٠	١	٤
	٠	٠.٦	٠	٠	٠	٠.٦	٠.٢
غير ذلك	٤	١٧٦	٨٢	٢٣	١١	١٥	٣١١
	١,١	٣٥,٧	٢٨,٩	٩,١	٢,٦	٨,٥	١٥.٦
الإجمالي	٣٥٩	٤٩٣	٢٨٤	٢٥٣	٤٢١	١٧٦	١٩٨٦
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠.٠	١٠٠,٠

وتؤكد نتائج الجدول رقم (٣٢) الخاص بتوزيع المادة الصحفية حسب الموضوعات التفصيلية في كل صحيفة أن الموضوعات الخاصة بالاقتصاد وعالم المال والأعمال جاءت المرتبة الأولى في كل الصحف التي شملتها الدراسة بنسبة تراوحت بين ٣٢٪ (صحيفة الجزيرة) و ٥ إلى ٨٪ في (اليوم، والمدينة).

كانت نتائج التحليل العام قد أوضحت أن نسبة الاهتمام العام من كل الصحف بتلك القضايا بلغ ٢٢,٢٪، تلتها موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية بنسبة ٩,٤٪ إجمالاً، وكانت أكثر بروزاً في (الوطن والرياض) وأقل بروزاً في (اليوم والمدينة).

وكشفت نتائج التحليل العام لاهتمامات الصحف عن بعد جديد لاهتمامات الصحافة السعودية خلال العام ٢٠٠٩، وخاصة في القضايا الاجتماعية التي حظيت بالاهتمام، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، إلا أن القضايا التفصيلية التي برزت في تغطية الصحافة السعودية عام ٢٠٠٩ تضمنت بعض الاختلافات مقارنة بقضايا العام ٢٠٠٧ (الدراسة الأولى ص٨١، ٨٢)، فعلى سبيل المثال: زادت نسبة الاهتمام بالقضايا الاقتصادية في جميع الصحف عام ٢٠٠٩ بنسبة أكثر من ٤٪ والأزمات الدولية بنسبة ٢٪، قضايا الصحة والدواء والسلامة بنسبة ١,٥٪ تقريباً، إلا أن نسبة الزيادة

اختلفت من صحيفة إلى أخرى بحسب اهتمامات كل صحيفة كما يوضح الجدول التالي.

جدول رقم (٣٢)

توزيع المادة الصحافية حسب موضوعات المادة الصحافية المفضلة

موضوعات المادة الصحفية المفضلة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
الاقتصاد وعالم المال والأعمال	٥٧٣	٩٩١	٦٩٢	٤٦٦	٩٠	١١٦	٢٩٢٨
	٢٣,٠	٣٢,٠	٢٩,٥	٢٢,٨	٤,٩	٨,٤	٢٢,٢
الفن والترفيه والتسلية	٦٣	٣٢٧	١٧٤	٤٧	٢١٧	٤٧	٨٧٥
	٢,٥	١٠,٦	٧,٤	٢,٣	١١,٨	٣,٤	٦,٦
أخبار المشاهير	٨	٣	٣	٦٩	٦١	٥٧	٢٠١
	٠.٣	٠.١	٠.١	٣,٤	٣,٣	٤,٢	١,٥
الجرائم والمحاكمات	٢١١	٦٣	٩٠	١٢٢	٢٢	٥٥	٥٦٣
	٨,٥	٢,٠	٣,٨	٦,٠	١,٢	٤,٠	٤,٣
الكوارث والحوادث والمآسي	٦	٧٦	١٠١	٢١	٣٦	٧٢	٣١٢
	٠.٢	٢,٥	٤,٣	١,٠	٢,٠	٥,٢	٢,٤
التعليم والاهتمام بالطفل	٨٦	١٣٨	١٤٩	١٦٨	١٩١	١٠٧	٨٣٩
	٣,٥	٤,٥	٦,٤	٨,٢	١٠,٤	٧,٨	٦,٤
البيئة والسكان	٢	٩	١١	١	٢٠	٥١	٩٤
	٠.١	٠.٣	.٥٠	٠	١,١	٣,٧	٠.٧
الصحة والدواء والسلامة	٢٠٢	١٨٣	٨٤	١٣٠	١١٠	٦٩	٧٧٨
	٨,١	٥,٩	٣,٦	٦,٤	٦,٠	٥,٠	٥,٩
حقوق الإنسان	٢	١٩	٢٢	١٤	٤	٨٢	١٤٣
	٠,١	٠,٦	٠.٩	٠,٧	٠,٢	٦,٠	١,١
الأزمات الدولية	٥	٦	٢	٢	٣٥٣	٩١	٤٥٩
	٠,٢	٠,٢	٠,١	٠,١	١٩,٣	٦,٦	٣.٥

الموضوعات العسكرية	١٩	١٠٠	٥٠	١١	٢٥	٣٥	٢٤٠
	٠,٨	٣,٢	٢,١	٠,٥	١,٤	٢,٥	١,٨
الموضوعات السياسية والحكومية	٣٠٥	٢٢٤	١٩٢	١٢٣	٥٥	٢٤٦	١١٤٥
	١٢,٣	٧,٢	٨,٢	٦,٠	٣,٠	١٧,٩	٨.٦
قضايا الفقر والإسكان والبطالة وتقديم المساعدات للمحتاجين	٢	٣	٦	٩	١٢	٩٧	١٢٩
	٠.١	٠.١	٠.٣	٠.٤	٠.٧	٧,١	١,٠
الموضوعات والقضايا الدينية	٤٨	١١٢	١٠٩	٨٢	٣٦	٢	٣٨٩
	١,٩	٣,٦	٤,٦	٤,٠	٢,٠	٠.١	٣,٠
الاضطرابات والقلاقل والمظاهرات في الدول	٢	٣	٣	٣	٤	١٤	٢٩
	٠.١	٠.١	٠.١	٠.١	٠.٢	١,٠	٠.٢
العلوم والاكتشافات والمخترعات والبحوث العلمية	٤١	٣٩	٧	٢٣	٠	١٦٦	٢٧٦
	١,٦	١,٣	.٣	١,١	٠	١٢,١	٢,١
موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية	٢٨٤	٣٤٦	٣٢٩	٢١٨	٦٠	٣	١٢٤٠
	١١,٤	١١,٢	١٤,٠	١٠,٧	٣,٣	٠.٢	٩,٤
الأعمال الإرهابية	١	٤٦	١٥	١٢	٢٤	٦٣	١٦١
	٠	١,٥	٠.٦	٠.٦	١,٣	٤,٦	١,٢
موضوعات أخرى	٦٢٩	٤١١	٣٠٦	٥٢٤	٥١٣	٠	٢٣٨٣
	٢٥,٣	١٣,٣	١٣.٠	٢٥,٦	٢٨,٠	٠	١٨,١
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

وتؤكد نتائج الجدول رقم (٣٣) أن الاهتمامات المحلية قد طغت على كل المواد الصحفية في جميع الصحف السعودية -عينة الدراسة- وتجاوزت نسبتها ٨٠٪ في كل الصحف التي شملتها الدراسة دون استثناء، بينما سجلت نسبا قريبة وإن كانت أقل في الدراسة الأولى ٢٠٠٧م (ص ١٣٩).

كانت نتائج التحليل العام قد أوضحت أن الموضوعات المحلية تجاوزت ٨٥٪، بارتفاع قدره أكثر من ٧٪ عن تغطية الصحافة السعودية للشأن المحلي عام ٢٠٠٧، وأن هذه النتيجة تشير إلى سمة (المحلية) كإحدى سمات شخصية الصحافة السعودية التي تتحدد من خلال درجة الاهتمامات التي تعطيها للمحور المحلي والدولي للموضوعات، وتعزز تلك النتيجة المؤشرات التي رصدتها بعض الدراسات مثل دراسة (القرني، ٢٠٠٢) بأن سوق الصحافة الوطنية في كثير من دول العالم (ومنها المملكة العربية السعودية) بدأ يتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية.

وكما توضح النتائج أيضا فقد سجلت الموضوعات العربية في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة نسبة ٧٪ مقابل ٢٪ فقط للموضوعات التي تناولت الإطار الجغرافي الخليجي.

وبشكل عام، فقد كان الشأن المحلي أكثر بروزا في (الجزيرة وعكاظ والمدينة)، والشأن الخليجي في (اليوم والمدينة)، والشأن العربي غير الخليجي في (الوطن)، والشأن الدولي في (الرياض).

جدول رقم (٣٣)

توزيع المادة الصحافية حسب الإطار الجغرافي

الإطار الجغرافي	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
محلي	٢٠٤٣	٢٧٦٠	١٩١٥	١٨٣٨	١٤٨٣	١٢٢٥	١١٢٦٤
	٨٢,١	٨٩,١	٨١,٧	٨٩,٩	٨٠,٩	٨٩,٣	٨٥,٤
خليجي	٤١	٤٤	٣٣	١٨	١٠٧	٣٣	٢٧٦
	١,٦	١,٤	١,٤	٠.٩	٥,٨	٢,٤	٢,١
عربي (غير خليجي)	٢٠٤	١٧١	٢٣٤	١٠٦	١٦٣	٥٩	٩٣٧
	٨,٢	٥,٥	١٠,٠	٥,٢	٨,٩	٤,٣	٧,١
دولي	٢٠١	١٢٤	١٦٣	٨٣	٨٠	٥٦	٧٠٧
	٨,١	٤,١	٦,٩	٤	٤,٤	٤,١	٥,٣
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

وتؤكد بيانات الجدول رقم (٣٤) أن نسبة المادة الصحافية التي شملتها الدراسة التحليلية واعتمدت فيها الصحف على مصادرها الذاتية (مراسلون، مندوبون، مكاتب داخلية وخارجية) تجاوزت نسبة ٦٠٪ في كل الصحف -عينة الدراسة- بدون استثناء، والنتيجة هنا أفضل من نتائج العام ٢٠٠٧م التي رصدتها الدراسة الأولى (ص١٤٧) والتي أشارت إلى أن نسبة المادة الصحافية التي شملتها الدراسة آنذاك واعتمدت فيها الصحف على مصادرها الذاتية تجاوزت نسبة ٦٠٪ في بعض وليس كل الصحف -عينة الدراسة-.

كانت نتائج التحليل العام في هذه الدراسة قد أوضحت أن الصحف السعودية -عينة الدراسة- تعتمد بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية في الحصول على المواد الصحفية بنسبة ٦٨٪ تقريباً، بينما بلغت نسبة المادة الصحفية التي تعتمد على مصادر مشتركة أكثر من ١٦٪، وارتفع الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية من ٤٪ في عام ٢٠٠٧م (الدراسة الأولى، ص٩٣) إلى أكثر من ٧٪ في العام ٢٠٠٩م.

وإجمالاً فقد كانت (الرياض والجزيرة) الأكثر اعتمادا على مصادر مشتركة في المادة الصحفية الواحدة (مصادر ذاتية، وكالات، وسائل إعلام أخرى)، وتقاربت نسب اعتماد الصحف على المصادر الأخرى كما يوضح الجدول التالي.

جدول رقم (٣٤)

توزيع المادة الصحافية حسب مصدر المادة الإخبارية

مصدر المادة الإخبارية	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
ذاتي	١٦٠٢	١٩٣٣	١٤٥٠	١٥١٢	١٤٩٣	٩٢٧	٨٩١٧
	٦٤,٤	٦٢,٤	٦١,٨	٧٣,٩	٨١,٥	٦٧,٥	٦٧,٦
وكالة الأنباء السعودية	١٠١	٢٩٤	٣٠٨	٦١	٨٦	١٢٧	٩٧٧
	٤,١	٩,٥	١٣,١	٣,٠	٤,٧	٩,٢	٧,٤
وكالة رويترز	٢٠	٤٨	٦٦	١١	٣٦	١٥	١٩٦
	٠.٨	١,٥	٢,٨	٠.٥	٢,٠	١,١	١,٥
وكالة الصحافة الفرنسية	١٠٢	٦٢	٦٥	٣١	٠	١٦	٢٧٦
	٤,١	٢,٠	٢,٨	١,٥	٠	١,٢	٢,١
وكالة يونايتد برس	٣	٢	١	١	٠	٢	٩
	٠.١	٠.١	٠	٠	٠	٠.١	٠.١
وكالة الأسوشيتدبرس	٠	٠	٢	٢	٠	١	٥
	٠	٠	٠.١	٠.١	٠	٠.١	٠
وكالات أنباء خليجية	٠	١	١٣	٤	٠	٤	٢٢
	٠	٠	٠.٦	٠.٢	٠	٠.٣	٠.٢
وكالات أنباء عربية	٦	٣٤	٢٩	١٦	٤٩	١١	١٤٥
	٠.٢	١,١	١,٢	٠.٨	٢,٧	٠.٨	١,١
وكالات أنباء دولية أخرى	١	٦١	٨٤	٣٠	٩٩	١٢	٢٨٧
	٠	٢,٠	٣,٦	١,٥	٥,٤	٠.٩	٢,٢
شبكة الإنترنت	٢	٠	٠	٦	١	٠	٩
	٠.١	٠	٠	٠.٣	٠.١	٠	٠.١
وسيلة إعلامية أخرى	١٢٩	٠	١	١١	٤٥	٩	١٩٥
	٥,٢	٠	٠	٠.٥	٢,٥	٠.٧	١.٤
مشترك	٥٢٣	٦٦٤	٣٢٦	٣٦٠	٢٤	٢٤٩	٢١٤٦
	٢١,٠	٢١,٤	١٣,٩	١٧,٦	١,٣	١٨,١	١٦,٣
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

وارتفعت نسبة الاعتماد على المصادر الذاتية بشكل ملحوظ في النتائج الخاصة بتحليل مقالات الرأي، إذ يوضح الجدول رقم (٣٥) أن اعتماد كتّاب مقالات الرأي في الصحف التي شملها الدراسة على مصادرهم الذاتية في تناول القضايا والموضوعات المختلفة قد تجاوز نسبة ٩٥٪ في إجمالي مقالات معظم الصحف. وجاء الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى وتسمية وسيلة محددة أو وكالة أنباء معينة كمصادر يستقي منها كتّاب المقالات موضوعاتهم بنسب قليلة، فعلى سبيل المثال: أشارت ٤ إلى ٥٪ من مقالات (الجزيرة والوطن) إلى وكالة الأنباء السعودية كمصدر للأخبار التي تناولها كتّاب الرأي في مقالاتهم، بينما كانت النسبة أقل من ١٪ لبقية الوسائل والمصادر الأخرى في كل الصحف.

جدول رقم (٣٥)

توزيع مقالات الرأي حسب مصدر موضوع المقال

مصدر المادة الإخبارية	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
ذاتي	٣٥٧	٤٥٧	٢٦٩	٢٤٨	٤٢٠	١٧٢	١٩٢٣
	٩٩,٤	٩٢,٧	٩٤,٧	٩٨,٠	٩٩,٨	٩٧,٧	٩٦,٨
وكالة الأنباء السعودية	٠	٢٦	١٢	١	١	٢	٤٢
	٠	٥,٣	٤,٢	٠.٤	٠.٢	١,١	٢,١
وكالة رويترز	٠	١	٠	٠	٠	٠	١
	٠	٠.٢	٠	٠	٠	٠	٠,١
وكالة الصحافة الفرنسية	٠	٠	١	٠	٠	٠	١
	٠	٠	٠.٤	٠	٠	٠	٠,١
وكالات أنباء عربية	٠	٠	١	٠	٠	١	٢
	٠	٠	٠.٤	٠	٠	٠.٦	٠,١
وكالات أنباء دولية أخرى	٠	٧	١	٠	٠	٠	٨
	٠	١,٤	٠.٤	٠	٠	٠	٠,٤
شبكة الإنترنت	٠	٠	٠	١	٠	٠	١
	٠	٠	٠	٠.٤	٠	٠	٠,١
وسيلة إعلامية أخرى	٠	٠	٠	٠	٠	١	١
	٠	٠	٠	٠	٠	٠.٦	٠,١
مشترك	٢	٢	٠	٣	٠	٠	٧
	٠.٦	٠.٤	٠	١,٢	٠	٠	٠,٤
الإجمالي	٣٥٩	٤٩٣	٢٨٤	٢٥٣	٤٢١	١٧٦	١٩٨٦
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

توضح نتائج الجدول التالي رقم (٣٦) إلى أي مدى أثّر معيار (القرب المكاني) في اهتمامات كل صحيفة باعتبار مكان صدورها. كانت النتائج الإجمالية قد أشارت إلى أن المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) خلال عام ٢٠٠٩ ركزت على منطقتي (الرياض ومكة المكرمة) تليها المناطق الأخرى بفارق كبير .

أما من حيث التفصيل فقد كانت التغطية الصحفية لموضوعات منطقة الرياض أكثر بروزاً في صحيفتي (الجزيرة، والرياض)، مقابل تركيز (عكاظ، والمدينة) على الموضوعات الخاصة بمنطقتي مكة المكرمة والمدينة المنورة، وتركيز (اليوم) على موضوعات منطقة الشرقية، و(الوطن) على المنطقة الجنوبية. والنتائج السابقة لم تختلف كثيراً في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م (ص ١٤٨، ١٤٩) إلى في فئة (عام) التي كانت أكثر بروزاً عام ٢٠٠٧م، مقابل اتجاه معظم الصحف عام ٢٠٠٩م إلى التركيز أكثر على أخبار المناطق.

جدول رقم (٣٦)

توزيع المادة الصحافية حسب القطاع الإداري

القطاع الإداري	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
الرياض	١١٤١	٢٠٨٣	٢٩٠	٣١٩	١٠٥	١٩٢	٤١٣٠
	٤٥,٨	٦٧,٢	١٢,٤	١٥,٦	٥,٧	١٤,٠	٣١,٣
مكة المكرمة	١٣٩	١٧٠	٣٤١	٧٤٨	٣٧	٥٢٨	١٩٦٣
	٥,٦	٥,٥	١٤,٥	٣٦,٦	٢,٠	٣٨,٥	١٤,٩
الشرقية	٥٤	٨٦	١٠٧	٦٠	٤٨٤	٧٣	٨٦٤
	٢,٢	٢,٨	٤,٦	٢,٩	٢٦,٤	٥,٣	٦,٦
القصيم	٢٢	١١١	٣٣	١٧	٠	٤	١٨٧
	٠.٩	٣,٦	١,٤	٠.٨	٠	٠.٣	١,٤
الجوف	٢٢	١٨	١٢	١٦	١	١٠	٧٩
	٠.٩	٠.٦	٠.٥	٠.٨	٠.١	٠.٧	٠.٦
حائل	١٢	٢٤	٢١	١٢	١	٤	٧٤
	٠.٥	٠.٨	.٩	.٦	٠.١	٠.٣	٠.٦
المدينة المنورة	٢٨	٢٦	٣٥	٢٧	١	٣٠٧	٤٢٤
	١,١	٠.٨	١,٥	١,٣	٠.١	٢٢,٤	٣,٢
عسير	٢٤	٣٤	٨٢٣	٤٤	١	١٣	٩٣٩
	١,٠	١,١	٣٥,١	٢,٢	٠.١	٠.٩	٧,١
جازان	٣٤	١٤	٢٧	٣٨	١	٢٠	١٣٤
	١,٤	.٥	١,٢	١,٩	٠.١	١,٥	١,٠
نجران	١٧	٢٠	٣٠	١١	١	١٤	٩٣
	٠.٧	٠.٦	١,٣	٠.٥	٠.١	١,٠	٠.٧
الحدود الشمالية	١٥	٤٥	٢٤	٨	١	٥	٩٨
	٠.٦	١,٥	١,٠	٠.٤	٠.١	٠.٤	٠.٧
الباحة	٢٠	٧	١٣	١٣	١	٣٠	٨٤
	٠.٨	٠.٢	٠.٦	٠.٦	٠.١	٢,٢	٠.٦

تبوك	٦	٢٠	١٤	١٩	٠	١٣	٧٢
	٠.٢	٠.٦	٠.٦	٠.٩	٠	٠.٩	٠.٥
عام	٤٠٠	١٩	١٩	٤١٣	٦٦١	٢١	١٥٣٣
	١٦,١	٠.٦	٠.٨	٢٠,٢	٣٦,١	١,٥	١١,٦
خارجي	٥٤٠	٤١٦	٥٥٤	٢٥٨	٤٨٨	١١٧	٢٣٧٣
	٢١,٧	١٣,٤	٢٣,٦	١٢,٦	٢٦,٦	٨,٥	١٨,٠
أكثر من قطاع	١٥	٦	٢	٤٢	٥٠	٢٢	١٣٧
	٠.٦	٠.٢	٠.١	٢,١	٢,٧	١,٦	١,٠
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

ولم تختلف نتائج عام ٢٠٠٩م عن نتائج الدراسة الأولى ٢٠٠٧م في اعتبار الاتجاه الإيجابي هو الاتجاه الغالب في المواد الصحفية التي نشرتها الصحف السعودية -عينة الدراسة-، إلا أن نتائج العام ٢٠٠٩م أظهرت معدلات مرتفعة في نسبة الاتجاه السلبي في كل الصحف مقارنة بنتائج الدراسة الأولى، ففي حين لم تتجاوز نسبة الاتجاه السلبي ٢٤,٢٪ في مواد بعض الصحف، مثل صحيفة المدينة (الدراسة الأولى، ص١٥٠) فإن الاتجاه السلبي تجاوز في بعض الصحف ٣٩٪ كما يوضح الجدول التالي رقم (٣٧).

جدول رقم (٣٧)

توزيع المادة الصحافية حسب اتجاه المادة الإخبارية

اتجاه المادة الإخبارية	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
سلبي	٧٩٨	٢٥٠	١٢٤	٥٣٥	٧٢٧	٣٠٣	٢٧٣٧
	٣٢,١	٨,١	٥,٣	٢٦,٢	٣٩,٧	٢٢,١	٢٠,٨
إيجابي	١٦٦٨	٢٨٤٨	٢٢٢٠	١٥١٠	١٠٧٩	٥٣١	٩٨٥٦
	٦٧,٠	٩١,٩	٩٤,٧	٧٣,٨	٥٨,٩	٣٨,٧	٧٤,٨
حيادي	٢٣	١	١	٠	٢٧	٥٣٩	٥٩١
	.٩	٠	٠	٠	١,٥	٣٩,٣	٤,٥
الإجمالي	٢٤٨٩	٣٠٩٩	٢٣٤٥	٢٠٤٥	١٨٣٣	١٣٧٣	١٣١٨٤
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠.٠	١٠٠,٠

كانت النتائج العامة قد أشارت إلى أن الاتجاه الإيجابي جاء في الصدارة، بنسبة تقترب من ثلثي المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة، إلا أن المقارنة بين الدراسة الأولى للسمات التحريرية للصحافة السعودية التي أجريت على صحافة ٢٠٠٧م مقابل هذه الدراسة أوضحت ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة الاتجاه السلبي للتغطية الصحفية إجمالاً من ١١٪ في الدراسة الأولى (ص٨٨) إلى ٢١٪ تقريباً في دراسة ٢٠٠٩، أي بزيادة قدرها ١٠٪ في العام الأخير، ولعل مرد ذلك يرجع إلى أحداث ٢٠٠٩، وخاصة (سيول جدة) -التي سبقت الإشارة إليها- وما واكب ذلك من تغطية صحفية ناقدة لمستوى مشاريع البنية التحتية.

مناقشة النتائج:

اعتمدت هذه الدراسة –كسابقتها– على المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وفق الإجراءات والأساليب المتبعة في الدراسات الإعلامية. واستهدفت تحليل مضمون ست صحف من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً، وهي صحف (الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة) وتحددت الفترة الزمنية للتحليل بالعام ٢٠٠٩م، بهدف معرفة السمات التحريرية والفنية والإعلانية في الصحافة السعودية. واعتمدت الدراسة (المادة الصحافية) كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالا، أو خبرا، أو تقريرا، أو تحقيقا. ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.

وفي الإطار النظري، تم استعراض الدراسات التي تناولت السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية في فترات زمنية مختلفة.

أما في الجزء التحليلي، فقد تم استعراض وتفسير نتائج الدراسة وتحليلها في ثلاثة محاور رئيسة هي: التحليل العام للصحف ثم نتائج تتعلق بمقالات الرأي، وأخيراً التحليل المقارن بين الصحف التي شملتها الدراسة على النحو التالي:

أولاً: التحليل العام للصحف السعودية (عينة الدراسة):

- اشتملت الصفحات الأولى من جميع الصحف التي شملتها الدراسة على ما نسبته ٥,٦٪ من تكرارات المادة الصحفية المنشورة خلال فترة البحث، مقابل ٤,٥٪ في الصفحات الأخيرة، و٩٠٪ تقريباً في الصفحات الداخلية والملاحق. وهو مؤشر على اتجاه الصحافة السعودية مؤخراً لنشر عدد أقل من المواد الصحفية في الصفحة الأولى بمساحة أكبر مقارنة بنتائج الدراسة الأولى، وفي اتجاه الصحف إجمالاً إلى تقليص عدد الموضوعات في الصفحات الأولى مواكبة للتوجهات العالمية الحديثة في المضامين التحريرية والتصميمات الفنية الصحفية، وهي في مجملها تفضّل القصص الإخبارية المطولة، بدلاً من التوجه نحو القصص القصيرة، وخاصة في الموضوعات الهامة، وهو تحول أساسي في المدرسة الإخراجية التقليدية التي كانت تزخر فيها الصفحة الأولى بعشرات الأخبار القصيرة.

- اقتربت نسبة المادة الصحفية التي جاءت مصحوبة بمادة مرئية (صور/ رسوم/ جداول..) ٦٠٪ تقريباً، وهي نسبة تزيد بنحو ٦٪ عن الحجم الكلي لتواجد المادة المرئية المصورة في مجمل القضايا والموضوعات التي تناولتها الصحف السعودية في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م، وتشير هذه النتيجة إلى التطور الحاصل في الاعتماد على الصور الفوتوغرافية، وهي

إحدى السمات المميزة للمدرسة الحديثة في الصحافة الدولية، إلا أن الجزم بمدى مواكبة الصحافة السعودية للاتجاه العالمي في توظيف الجرافيكس من خلال تقديم المخططات الإحصائية وخارطة موقع الحدث، أو تقديم رسوم لوقوع حدث معين، يحتاج إلى دراسات تفصيلية يمكن تقديمها في الإصدار القادم لهذه الدراسة من خلال إدراج فئات جديدة في التحليل.

- جاءت المواد الإخبارية في المرتبة الأولى مقارنة بالمواد الصحافية الأخرى وبنسبة بلغت ٦٣٪وتبدو هذه النتيجة متوقعة، باعتبار أن الصحف التي شملها التحليل هي صحف يومية، تتجه في العادة إلى تقديم الخدمة الإخبارية أكثر من مواد الرأي التي تسجل حضوراً أكبر في الصحف والمجلات الأسبوعية. وجاء الإعلان في المرتبة الثانية، وإجمالاً فلم يختلف توزيع المادة الصحفية كثيراً في الدراسة الأولى (٢٠٠٧م) وهذه الدراسة (٢٠٠٩م)، فيما عدا ارتفاع طفيف سجلته مواد الرأي التي بلغت نسبتها ١٥٪ عام ٢٠٠٩م مقابل ١٣٪ عام ٢٠٠٧م.
- ارتفعت نسبة الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية في الصحف السعودية -عينة البحث- من ١٨٪ عام ٢٠٠٧ إلى ٢٢٪ عام ٢٠٠٩، ويمكن تفسير تلك الزيادة الملحوظة بالقضايا الاقتصادية عام ٢٠٠٩ أنها جاءت لتواكب تداعيات الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨م، وبمقارنة اهتمامات

الصحافة السعودية بالموضوعات الأخرى عام (٢٠٠٧م) وعام (٢٠٠٩م) يتضح أن ترتيبها جاء متقارباً فيما عدا ارتفاع طفيف في نسبة الاهتمام بالشأن السياسي على حساب القضايا الاجتماعية والأمنية بنسبة ٢٪ عام ٢٠٠٩م.

- أوضحت النتائج طبيعة القضايا الاجتماعية التي حظيت بالاهتمام، وهي قضايا التعليم والصحة والطفولة والبيئة والسكان وقضايا الفقر والإسكان والبطالة، وهي ذات القضايا الاجتماعية التي برزت في اهتمامات الصحافة السعودية عام ٢٠٠٧ في الدراسة الأولى، في مؤشر واضح إلى توجه الخطاب الإعلامي في فترة الدراسة للاهتمام بقضايا التنمية المحلية، خاصة في أجواء الاستقرار الاجتماعي والأمني التي تعيشها المملكة.

- جاءت الموضوعات المحلية في المقدمة وفق توزيع المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية -عينة البحث- حسب الإطار الجغرافي بنسبة تجاوزت ٨٥٪، بارتفاع قدره أكثر من ٧٪ عن تغطية الشأن المحلي عام ٢٠٠٧م، وتشير هذه النتيجة إلى سمة (المحلية) كإحدى سمات شخصية الصحافة السعودية التي تتحدد من خلال درجة الاهتمامات التي تعطيها للمحور المحلي والدولي للموضوعات.

- ركزت المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) خلال عام ٢٠٠٩م على منطقتي (الرياض ومكة المكرمة) تليها المناطق الأخرى بفارق كبير، وهي ذات النتيجة التي خلصت إليها الدراسة الأولى للعام ٢٠٠٧م التي أشارت إلى أن تلك النتائج منطقية، إذا أخذنا بعين الاعتبار أنها تمثل المادة التحليلية في كل الصحف التي شملتها الدراسة، في حين توضح النتائج التفصيلية تأثير معيار (القرب المكاني) على اهتمامات كل صحيفة.

- أشارت نتائج الدراسة أن (القطاع الخاص) ما يزال يحظى بالاهتمام الأكبر من اهتمامات الصحافة السعودية عام ٢٠٠٩م، وهو ما أشارت إليه الدراسة الأولى أيضاً عام ٢٠٠٧م في إشارة إلى الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي في الفترة الزمنية التي شملتها الدراستان.

- جاء الاتجاه الإيجابي في الصدارة، بنسبة تقترب من ثلثي المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة، وهو نتيجة أكدتها دراسات أخرى أجريت على المستوى الإقليمي والعربي أشارت إلى أن أخبار الصحف الخليجية يغلب عليها طابع المحلية ذو الاتجاه الإيجابي لاسيما السياسي منها.

- أوضحت النتائج ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة الاتجاه السلبي للتغطية الصحفية إجمالاً من ١١٪ في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م إلى ٢١٪ تقريباً في دراسة ٢٠٠٩م، ولعل مرد ذلك يرجع إلى أحداث ٢٠٠٩م، وخاصة (سيول جدة) في نوفمبر ٢٠٠٩ التي أدت إلى وفاة أكثر من مائة شخص وحدوث أضرار كبيرة ببعض الممتلكات، وما واكب ذلك من تغطية صحفية ناقدة لمستوى مشاريع البنية التحتية في المدينة.

- جاء الطرح العاطفي في المقدمة بنسبة تجاوزت ٥٦٪ يليه المشترك أو المختلط (عقلاني/ عاطفي). وبينما جاءت النسب الثلاث لطبيعة الطرح في الدراسة الأولى متقاربة فإنها في التغطية الصحفية لعام ٢٠٠٩م اتجهت أكثر نحو الطرح العاطفي بزيادة بلغت ٢٠٪ تقريباً، ولا يمكن تفسير هذا التغيير في طبيعة الطرح نسبياً إلا من خلال تتبع طبيعة الأحداث والقضايا المثارة في العامين.

- أوضحت النتائج أن الصحف السعودية -عينة الدراسة- تعتمد بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية في الحصول على المواد الصحفية بنسبة ٦٨٪ تقريباً من خلال الاعتماد على مراسلي ومندوبي الصحيفة، ومكاتبها الداخلية والخارجية. بينما بلغت نسبة المادة الصحفية التي تعتمد على مصادر مشتركة (ذاتية، وكالات، وسائل إعلام أخرى) أكثر من ١٦٪،

وارتفع الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية من ٤٪ في عام ٢٠٠٧م إلى أكثر من ٧٪ في العام ٢٠٠٩م.

- سجلت قيمة (الشهرة) النسبة الأعلى في الحضور في المادة الصحافية التي شملتها الدراسة، تليها القيمة المعروفة بـ(أخبار ذات نتيجة جيدة Good News) والمقصود بها كقيمة إخبارية أن يكون المحتوى الخبري يشير أو يصل إلى نتيجة إيجابية مثل علاج مرض ما أو إنقاذ من خطر أو كارثة وغير ذلك من الأمور الإيجابية. وتؤكد هذه النتيجة، المؤشرات السابقة في الدراسة عن غلبة الاتجاه الإيجابي في المواد الصحفية المنشورة في الصحف السعودية التي شملتها الدراسة. أما الأخبار المرتبطة باهتمامات الناس وحياتهم، والتي تعني -كقيمة إخبارية- أن يكون محتوى الخبر يرتبط ويتعلق باهتمامات الناس (القراء) وحياتهم المعيشية والبيئية، فقد جاءت بالإضافة إلى قيمة متابعة الأحداث في المركز الثالث.

- أشارت النتائج إلى أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة بنسبة ٢٧٪، مقابل نسبة قريبة منها توزعت على فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية. وهذه النتيجة لا تختلف كثيراً عن مؤشرات الدراسة الأولى التي أجريت عام ٢٠٠٧م.

ثانياً: تحليل مقالات الرأي:

- كانت أكثر من ٩٣٪ من مقالات الرأي في الصفحات الداخلية، بينما تم نشر بقية مقالات الرأي في الصفحات الأولى والأخيرة. وانخفضت نسبة مقالات الرأي التي لم تصاحبها مادة مصورة من ٥٣٪ عام ٢٠٠٧م إلى ٣٢٪ عام ٢٠٠٩م في مؤشر على اهتمام الصحف السعودية بالمادة المصورة حتى في مقالات الرأي التي تعتمد أساساً على النص المكتوب، مع أن ٥٨٪ من تلك المقالات كانت مادتها المرئية عبارة عن (صورة شخصية) لكاتب المقال.

- أوضحت النتائج أن نسبة مشاركة المرأة في صفحات الرأي ارتفعت من ٧٪ عام ٢٠٠٧م إلى أكثر من ١١٪ عام ٢٠٠٩م، كانت دراسات سابقة قد أشارت أنه إلى وقت قريب كانت هناك مجالات متعددة في الكتابات الصحفية لم يخضها قلم المرأة السعودية مثل الرياضة وبعض مجالات الاقتصاد والتجارة والتسويق والدعاية والإعلان والشئون السياسية والتحليل السياسي وفن الكاريكاتير على اختلاف أنماطه، وغيرها من المجالات الاجتماعية الحساسة إلا في ما ندر.

- بلغت نسبة المقالات للكتّاب السعوديين أكثر من٨٩٪ تقريباً، وتوزعت المقالات الأخرى على الجنسيات المختلفة، في حين لم يتمكن المحللون في

الدراسة من تحديد جنسية ٦ ,٥٪ فقط من عدد كتاب مقالات الرأي في كل الصحف التي شملتها الدراسة.

- جاءت الموضوعات الاجتماعية في مقدمة اهتمامات مواد الرأي بنسبة بلغت ١٨٪ تقريباً، تليها الموضوعات السياسية، ثم الثقافية ثم الرياضية ثم الاقتصادية. وهو ترتيب لا يختلف كثيراً عن قائمة الأولويات التي أظهرتها نتائج الدراسة الأولى، في إشارة إلى أن القضايا الاجتماعية نجحت في أن تكون في مركز الصدارة في اهتمامات كتّاب الرأي في الصحافة السعودية خلال الفترة من ٢٠٠٧-٢٠٠٩م.

- تجاوزت نسبة الاهتمام بموضوع الأزمات الدولية نسبة ٧٪ في مقالات ٢٠٠٩م مقابل ٢٪ فقط في مقالات الصحافة السعودية عام ٢٠٠٧م، وتعزز هذه النتيجة التفسير الذي سبقت الإشارة إليه في التحليل العام، وخلاصته أن تداعيات الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ ومطلع ٢٠٠٩م قد ألقت بظلالها بشكل ملحوظ في تغطيات الصحافة السعودية . كما ارتفعت نسبة الاهتمام بموضوعات الكوارث والحوادث مواكبة لردود الأفعال حول كارثة (سيول جدة).

- أكدت النتائج ارتفاع نسبة الاهتمام بالشأن المحلي إلى نسبة تجاوزت ٩٠٪ من إجمالي مقالات الرأي في الصحف التي شملتها الدراسة، مقابل نسبة ٨٢٪ في عام ٢٠٠٧م. وركز كتاب الرأي نحو الموضوعات والقضايا

الخاصة بعاصمة البلد السياسية (الرياض) والعاصمة المقدسة (مكة المكرمة) بالإضافة إلى الموضوعات والقضايا ذات البعد الوطني الذي يهم المملكة بشكل عام، تليها جميعا الموضوعات الخارجية.

- أوضحت النتائج ارتفاع نسبة مواد الرأي التي تناولت قضايا القطاع الخاص إلى ٣٧٪ تقريباً، أي بزيادة قدرها ٥٪ عن العام ٢٠٠٧م، وتؤكد هذه النتيجة التفسير الذي ساقته الدراسة الأولى عن الحضور القوي الذي استطاع القطاع الخاص أن يسجله في الخطاب الصحفي السعودي.
- توضح النتائج ارتفاع نسبة الاتجاه السلبي في مقالات الرأي خلال العام ٢٠٠٩م مقارنة بالعام ٢٠٠٧م، والنتائج سواء في الدراسة الأولى أم في الثانية تتفق مع المؤشرات العلمية السابقة التي ساقتها دراسات أخرى أشارت إلى أن الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحافة السعودية تتجه إيجابياً في الغالب، بينما تتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها.
- اعتمد كتّاب الرأي بنسبة تقترب من ٩٧٪ على مصادرهم الذاتية في طرحهم للقضايا والموضوعات التي تضمنتها مقالاتهم، وجاء الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى وتسمية وسيلة محددة أو وكالة أنباء معينة كمصادر يستقي منها كتّاب المقالات موضوعاتهم بنسبة تزيد قليلا عن

٣٪ فقط. وكان (المواطن) هو الشخصية الرئيسية في مقالات الرأي التي شملتها الدراسة.

ثالثا: التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة):

- أوضحت النتائج أن نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى انخفضت مقارنة بالعام ٢٠٠٧م بشكل واضح في جميع الصحف التي شملتها الدراسة عدا صحيفة (عكاظ) التي حافظت على نسبة قريبة من تكرارات المادة الصحفية في الصفحة الأولى في الدراستين. وكانت نتائج التحليل الإجمالي لكل الصحف قد أشارت إلى أن نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى انخفضت نسبتها من ١١٪ عام ٢٠٠٧م، إلى أقل من ٦٪ عام ٢٠٠٩م، وهو مؤشر على اتجاه الصحافة السعودية مؤخراً لنشر عدد أقل من المواد الصحفية في الصفحة الأولى بمساحة أكبر.

- أكثر من ٥٠٪ من المواد الصحفية في معظم الصحف التي شملتها الدراسة كانت مصحوبة بمادة مرئية، مثل: الصور الشخصية وصور من مواقع الحدث، وبدرجة أقل الأشكال التوضيحية والرسوم البيانية والجداول والإحصاءات. وسجلت الصور الشخصية النسبة الأعلى في صحيفة الجزيرة (٤٢,٦٪)، بينما كان الحضور الأفضل للصور من موقع الأحداث في صحيفة عكاظ (٢٠,٦٪). ومع ذلك فإن الجزم بمدى مواكبة الصحافة السعودية للاتجاه العالمي في توظيف الجرافيكس من خلال تقديم المخططات الإحصائية وخارطة موقع

الحدث، أو تقديم رسوم لوقوع حدث معين، يحتاج إلى دراسات أخرى.

- جاءت الأخبار في المركز الأول في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٥٨,٤٪ (كما في صحيفة الرياض) و٧٤٪ تقريباً (كما في صحيفة الوطن). أما الإعلانات التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ١٩,١٪ من إجمالي المواد الصحفية في جميع الصحف التي شملتها الدراسة، فقد تراوحت نسبتها بين ١٢٪ تقريباً (اليوم والوطن) و٢٥٪ (الرياض و عكاظ)، أما مقالات الرأي فقد تراوحت نسبتها بين ١٢٪ كما في صحيفتي (الوطن وعكاظ)، و٢٣٪ (اليوم).

- أوضحت النتائج أن نسبة الاهتمام بالقضايا الاقتصادية كانت أعلى من نسبة الاهتمام بالقضايا الأخرى في معظم الصحف التي شملتها الدراسة. بينما جاءت الموضوعات الاجتماعية على رأس قائمة تركيز مقالات الرأي، وكانت أكثر بروزاً في مقالات صحيفتي (اليوم والمدينة)، في حين ركزت مقالات (الجزيرة وعكاظ) على الشأن الاقتصادي، ومقالات (الرياض) على الشأن الثقافي.

- وأوضحت النتائج أن الموضوعات الخاصة بالاقتصاد وعالم المال والأعمال جاءت المرتبة الأولى في كل الصحف التي شملتها الدراسة بنسبة تراوحت بين ٣٢٪ (صحيفة الجزيرة) و ٥ إلى ٨٪ في (اليوم،

والمدينة)، أما موضوعات الرياضة والاحتراف والفعاليات الرياضية فقد كانت أكثر بروزاً في (الوطن والرياض) وأقل بروزاً في (اليوم والمدينة).

- زادت نسبة الاهتمام بالقضايا الاقتصادية في جميع الصحف عام ٢٠٠٩م بنسبة أكثر من ٤٪ والأزمات الدولية بنسبة ٢٪، وقضايا الصحة والدواء والسلامة بنسبة ١,٥٪ تقريباً، إلا أن نسبة الزيادة اختلفت من صحيفة إلى أخرى.

- كانت الاهتمامات المحلية هي الأكثر بروزاً في كل الصحف -عينة الدراسة- وتجاوزت نسبتها ٨٠٪، وكان الشأن المحلي أكثر بروزا في (الجزيرة وعكاظ والمدينة)، والشأن الخليجي في (اليوم والمدينة)، والشأن العربي غير الخليجي في (الوطن)، والشأن الدولي في (الرياض).

- أوضحت النتائج اهتمامات كل صحيفة باعتبار مكان صدورها. فقد كانت التغطية الصحفية لموضوعات منطقة الرياض أكثر بروزاً في صحيفتي (الجزيرة، والرياض)، مقابل تركيز (عكاظ، والمدينة) على الموضوعات الخاصة بمنطقتي مكة المكرمة والمدينة المنورة، وتركيز (اليوم) على موضوعات منطقة الشرقية، و(الوطن) على المنطقة الجنوبية. والنتائج السابقة لم تختلف كثيراً في الدراسة الأولى عام

٢٠٠٧م إلا في فئة (عام) التي كانت أكثر بروزاً عام ٢٠٠٧م، مقابل اتجاه معظم الصحف عام ٢٠٠٩م إلى التركيز أكثر على أخبار المناطق.

المراجع

أولا: المراجع العربية:

أ) رسائل الماجستير والدكتوراه:

- التويم، عبد الله بن محمد (١٤٢١هـ) العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الزهراني، أحمد جمعان، (١٤٢٨هـ/ ٢٠٠٧م) دور الصحافة السعودية اليومية في التنمية الثقافية: دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير "غير منشورة" قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز، (١٤٢٥هـ) فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية: دراسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- العجمي، محمد بن سعد بن عامر (١٤٢٣هـ/ ٢٠٠٣م) المقال في الصحافة السعودية: دراسة في الخطاب الإعلامي، رسالة ماجستير "غير منشورة" كلية الآداب جامعة الملك سعود.
- العسكر، فهد بن عبد العزيز، (١٤١٧هـ) "تطور إخراج الصفحة الأولى في الصحف السعودية"، دكتوراه، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود.

- المغامسي، أمين أحمد، (١٤١٥هـ) تطور الخبر في الصحافة السعودية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من ثلاث جرائد في الفترة من ١/ ١١/ ١٣٨٣هـ - ٢٩/ ١٠/ ١٤٠٨هـ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة، فرع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمدينة المنورة.
- المقرن، سعود، سعد (١٤٠٧هـ) فن العمود الصحفي: دراسة تحليل مضمون الأعمدة في صحيفتي الجزيرة والرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- بن عبدي، علي عبد الله عبد رب الرسول، (١٤٢٣هـ - ١٤٢٤هـ) اهتمامات الصحافة في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية: دراسة تحليلية لمضمون الصفحات الأولى، رسالة ماجستير "غير منشور"، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- عثمان، عثمان أبوزيد، (١٤٠٩) لغة الخبر في الصحافة العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- عوض الله، غازي زين(١٩٨٨) الصحافة الأدبية في المملكة العربية السعودية، ١٩٢٤- ١٩٨٥م، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة.

ب) الدراسات المنشورة في الدوريات، والمؤتمرات العلمية:

- الدغفق، هدى، (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) المعوقات التي تواجه الصحافية السعودية، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.
- الشامخ، محمد عبد الرحمن: "الصحافة في الحجاز في أوائل العهد السعودي من ١٣٤٣هـ (١٩٢٤م) إلى ١٣٦٠هـ (١٩٤١م) (١)"، مجلة العرب، السنة الخامسة، العدد ٤، شوال ١٣٩٠هـ.
- العناد، عبد الرحمن (١٩٩٤) تحليل مضمون الصفحة الأولى في الصحف اليومية السعودية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٧٤ ، ص ١٣- ٢٧.
- القرني، علي بن شويل (١٩٩٢م) خصائص الصحافة السعودية: دراسة تحليل مضمون الصحافة اليومية، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك.
- القرني، علي بن شويل (١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م) الخطاب الإعلامي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية الاجتماعية، بحث مقدم للقاء الوطني الثاني للحوار الفكري بمكة المكرمة، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.
- القرني، علي بن شويل (١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة، مركز بحوث كلية الآداب-جامعة الملك سعود، الرياض.

- المغامسي، أمين بن أحمد، (١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م) دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الجرائد اليومية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم والإنسانية، م ١٣، ص ٢٨١–٣٢٨.
- المقوشي، عبد العزيز بن علي، قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية، مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، الرياض، ٢٠٠٠م.
- بيت المال، حمزة، والسهلي، خالد، (١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٤م) اتجاهات المقالات التحريرية بعد ١١ سبتمبر في الصحافة السعودية: صحيفة الشرق الأوسط نموذجاً، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.
- خالد، محمد بن سعود، مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع: التجربة السعودية، المنتدى الإعلامي الأول، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٦–٢٨/ محرم/ ١٤٢٤هـ ٢٩–٣١/ مارس/ ٢٠٠٣م.
- عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان، الجوهرة بنت فهد الزامل (فبراير ١٤٢٤هـ، مارس ٢٠٠٤) اتجاهات الصحافة السعودية نحو الجمعيات الخيرية، بحث مقدم إلى الندوة الكبرى التابعة لمركز البحوث، جامعة الملك سعود، الرياض.

ج) الكتب:

- حافظ، عثمان (١٣٩٨هـ) تطور الصحافة في المملكة العربية السعودية، جـ١ ،ط٣ جدة: شركة المدينة للطباعة والنشر.
- القرني، علي بن شويل (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٢ م) الخطاب الإعلامي العربي والسعودي نموذجاً، ط١، مطبعة الجريد، الرياض.
- القرني، علي شويل، وآخرون، (١٤٣٢هـ - ٢٠١١م) السمات التحريرية للصحافة السعودية: دراسة مسحية على عينة من الصحف السعودية ٢٠٠٧م دراسة صادرة عن كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية.
- عبدالحميد، محمد، وسائل الاتصال المطبوعة، في: د. علي عجوة وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، (جدة: مكتبة مصباح، ١٤٠٩هـ).
- هاشم، هاشم عبده (١٤٠١) الاتجاهات العددية والنوعية للدوريات السعودية جدة : تهامة.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

- http://www.ejc.net تم إدراجها بتاريخ ٢٠٠٩/٦/٢٩م.
- http://www.pewresearch.org تم إدراجها بتاريخ ١٤٣٥/٤/٢٧هـ.
- http://www.aleqt.com تم إدراجها بتاريخ ٢٠٠٩/١٢/٢٩م.
- http://www.al-jazirah.com.sa تم إدراجها بتاريخ ١٤٣٥/٢/١٨هـ.
- http://www.alriyadh.com تم إدراجها بتاريخ ١٤٣٥/٥/٢٢هـ.





السمات التحريرية للصحافة السعودية

الدراسة الدورية الشاملة الثالثة

لعام ٢٠١٣م

المشرف والباحث الرئيس

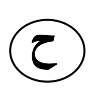
أ.د. عثمان بن محمد العربي

المشرف على كرسي الجزيرة للصحافة الدولية

إصدارات

كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية

١٤٣٥هـ/٢٠١٤م

 ***كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية، ١٤٣٦هـ***

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العربي، عثمان محمد
السمات التحريرية للصحافة السعودية: الدراسة الدورية الشاملة لعام ٢٠١٣م./ عثمان محمد العربي، الرياض، ١٤٣٦هـ.
.. ص ؛ .. سم
ردمك: ٦-٤-٩٠٥٥٨-٦٠٣-٩٧٨

١- الصحافة السعودية أ. العنوان.
ديوي ٠١٧,٩٥٣١ ١٢٠٢/١٤٣٦

رقم الإيداع: ١٢٠٢/ ١٤٣٦
ردمك: ٦-٤-٩٠٥٥٨-٦٠٣-٩٧٨



السمات التحريرية
للصحافة السعودية

الفريق البحثي:

المشرف والباحث الرئيس

أ.د. عثمان بن محمد العربي

الباحث المشارك

د. حسن محمد حسن منصور

المراجعة

د. سعيد صالح الغامدي

المراجعة الإحصائية

هشام سيد محمد

المقدمة

هذه الدراسة هي الإصدار الثالث من سلسلة دراسات يهدف (كرسي الجزيرة للصحافة الدولية) من خلالها لتوفير قاعدة بحثية دورية متجددة عن الصحافة السعودية، وتهدف إلى التعرف على السمات التحريرية لمضامين وأشكال الصحافة السعودية في جميع المواد والفنون الصحفية، والتعرف على طبيعة تناولها والكيفية التي تقدم بها الموضوعات والقضايا المختلفة، بهدف الوقوف على مدى توافر الأسس المهنية العلمية المعمول بها في عموم المؤسسات الصحفية السعودية.

ويرصد هذا الكتاب خصائص وسمات الصحافة السعودية اليومية المطبوعة عام ٢٠١٣م، بعد الدراسة الأولى التي تناولت عام ٢٠٠٧م (القرني وآخرون، ٢٠١١م)، والدراسة الثانية التي تناولت عام ٢٠٠٩م (العربي وآخرون، ٢٠١٤م).

وتبدأ الدراسة بعرض الدراسات التي تناولت السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية في فترات زمنية مختلفة، مع إضافة عرض لمجموعة من الدراسات الحديثة في هذا المجال، ثم الإجراءات المنهجية، ونتائج الدراسة التحليلية، ومناقشة تلك النتائج.

الدراسات السابقة

فيما يلي استعراض للدراسات التي تناولت السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية في فترات زمنية مختلفة..

تعددت الدراسات التي تناولت الفنون الصحفية المختلفة (خبر، تقرير، تحليل، تحقيق، مقال، إعلان..) مجتمعةً أو كلاً على حدة. وركزت الدراسات التي استهدفت التعرف على ملامح الخطاب الإعلامي على تحليل مضمون مقالات الرأي، في حين تناولت الدراسات التي ترصد أولويات الاهتمام تحليل الأخبار، واهتمت دراسات أخرى بتقييم مستوى حضور الفنون المختلفة في الصحف، أو تقييم السمات الفنية والإخراجية واستخدام العناوين والصور والكاريكاتير في التغطيات الصحفية للموضوعات المختلفة.

١- رصدت دراسة مبكرة لـ(عثمان، ١٤٠٩هـ) لغة الخبر في الصحافة العربية، من خلال دراسة تناولت ٢٥ صحيفة يومية من ١٠ دول عربية خلال شهري ربيع الآخر وجماد الأول ١٤٠٧هـ، وأخذت عينة عشوائية قوامها مائة نص إخباري من ٤٠ صحيفة عربية صدرت في الفترة ١٤٠٤- ١٤٠٨هـ، منها صحف (الجزيرة، الرياض، عكاظ، الندوة، اليوم) السعودية. وأوضحت نتائج الدراسة الخصائص الأسلوبية واللغوية في النصوص الإخبارية التي نشرتها تلك الصحف، وكانت أهم خصائص البنية الأسلوبية في نصوص الأخبار: الاختصار– السهولة– الوضوح– الدقة– الموضوعية. وأن (الجملة الاسمية) تزيد نسبتها في لغة الخبر الصحفي عن فصحى التراث بنسبة ١٠,٧%، وأن أدوات الربط (الجسور اللفظية) من أهم العناصر اللغوية التي ازدادت ثروتها بتأثير الأداء الصحفي، وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة العربية (ومنها السعودية) قد أسهمت في ترسيخ جملة من المفردات اللغوية والتعبيرات الاصطلاحية التي أصبحت متداولة بكثرة.

ولرصد الأخطاء اللغوية في عينة من الصحف السعودية قامت دراسة (عطا ونور الدائم، ٢٠١٢م) بتحليل عينة ثلاث صحف سعودية يومية بواقع ٢٤ عددا لكل صحيفة، ومجموع ٢١٦٠ صفحة، بمتوسط ٣٠ صفحة لكل عدد، حيث تم قراءة هذه الصفحات قراءة دقيقة، واستخراج الأخطاء اللغوية الموجودة فيها وحصرها.

وأوضحت النتائج إلى أن أكثر الأخطاء النحو والصياغة أكثر من أخطاء الإملاء والصرف والدلالة، وأن من أكثر الأخطاء انتشارا في تلك الصحف: تعدي الفعل (أكد) وهو فعل متعد ولا يحتاج إلى حرف "تعدية" شأن الفعل اللازم، وفتح همزة (أن) بعد القول ومن حقها الكسر، وكذلك الفصل بين المضاف والمضاف إليه، والخطأ في إعراب الاسم (أب). ومن أخطاء الإملاء والصرف في صحف الدراسة الخطأ في جمعي (مدير، وموضوع) وكذلك عدم الاهتمام بعلامات الترقيم.

٢- حاولت الدراسات رسم ملامح خارطة الاهتمامات للصحافة السعودية من خلال تحليل مضمون يحدد أولويات الاهتمام المختلفة وخاصة بأسلوب حساب التكرار والمساحة. فقد أشارت دراسة (القرني، ١٩٩٢) حول خصائص الصحافة السعودية إلى أن هناك فروقاً بين الصحف السعودية في النوع الكتابي الذي يغلب عليها، ففي حين جاءت صحيفتا (اليوم) و(الرياض) كصحيفتي رأي، لاحظت الدراسة أن صحف (المدينة، والبلاد، والندوة) هي صحف خبرية بشكل أكبر. وقامت دراسة (العناد، ١٩٩٤) بتحليل مضمون الأخبار في الصفحات الأولى في الصحف اليومية السعودية، وهي (اليوم، الرياض، الندوة، الجزيرة، عكاظ، البلاد، الشرق الأوسط) خلال الفترة من بداية إبريل ١٩٨٧ وحتى نهاية مارس ١٩٨٨م، وأشارت النتائج إلى تركيز الصحافة السعودية على الأخبار السياسية أكثر من غيرها من الموضوعات، إذ احتلت حوالي نصف مساحة الصفحات الأولى في الأعداد التي خضعت للتحليل، وجاء الاهتمام بالأخبار العربية

متقدماً على الأخبار المحلية، وهو ما فسرته الدراسة بأحداث الفترة الزمنية للتحليل التي شهدت أحداث الانتفاضة الفلسطينية وأخبار الحرب العراقية الإيرانية والحرب الأهلية اللبنانية، وأكدت الدراسة الفرض القائل بعدم وجود اختلافات ذات أهمية بين الصحف السعودية سواء من حيث الاهتمام بالموضوعات أو المستوى أو الاعتماد على مصادر الأنباء، وأوضحت أن هناك تطابق شبه تام بين الصحف السعودية في الاهتمام والتركيز على أماكن وقوع الأحداث.

٣- استهدفت دراسات أخرى رصد ملامح التطور في الخطاب الصحفي السعودي خلال فترات طويلة، مثل دراسة (المغامسي، ١٤١٥هـ) التي رصدت تطور الخبر في الصحافة السعودية من خلال تحليل مضمون عينة من ثلاث صحف (الرياض، البلاد، اليوم) في الفترة من١/١١/١٣٨٣هـ – ٢٩/١٠/١٤٠٨هـ، وأشارت النتائج إلى أن الأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية جاءت في مقدمة موضوعات الأخبار المنشورة في الصحف عينة الدراسة خلال فترة ٢٥ عاماً.

وأوضحت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٢م) التي تتبعت تطور الخطاب الصحفي السعودي خلال ثمانية عقود، أن الصحافة السعودية صحافة "خبر" أكثر من كونها صحافة "رأي"، حيث إن ٤٤% من التوزيع التكراري لمختلف المواد الصحافية في جميع مراحل العينة (من ١٩٢٥ إلى ١٩٩٥) كان معنيًا بمادة الخبر، ويقابل ذلك ١١% للمقالات الصحافية التي تعبر عن افتتاحيات الصحف وأعمدة الرأي. واعتبرت الدراسة أن هذه النتيجة تعطي الصحافة السعودية سمة تميزها عن صحف الدول الأخرى التي عادة ما تكون مثقلة بالرأي، وعادة الرأي الرسمي ورأي النخبة التي تعمل في فلك الرأي الرسمي.

وأوضحت الدراسة أن ٧٨% من التكرار و٨٠% من المساحة احتلها الشأن المحلي في الصحافة السعودية خلال فترة الدراسة. وأن التغطيات المحلية زادت في العقود التالية إلى أن وصلت إلى ٨٦% في العقد التسعيني الميلادي، وهو –بحسب الدراسة– مؤشر إلى أن الصحافة الوطنية بدأت تتجه إلى الاهتمام بالشأن المحلي بدلاً من الاهتمامات الدولية.

وأشارت النتائج إلى حدوث تناقص تدريجي في تكرار المادة الإخبارية في الصحافة السعودية خلال العقود الماضية، حيث إن تكرار الأخبار في العقد العشريني الميلادي كان ٧٥% وفي الثلاثيني ٨١%، ثم تناقص إلى ٣٤% في العقد التسعيني.

وتختلف هذه النتائج مع ما أشار إليه (هاشم، ١٤٠١هـ، ص٥٠) من عدم اهتمام الصحف (في بدايات ظهور الصحافة بالمملكة) بالجوانب الإخبارية وعدم عنايتها بأشكال الكتابة الصحفية، حيث لم تظهر الأخبار والتقارير والتحقيقات الصحفية بشكل دائم، وسيطرت المقالة على أغلب المواد المقدمة، وترجع سيطرة المقالة إلى طغيان المواد الأدبية على الصفحات، إضافة إلى غياب الحس الصحفي، وعدم تأهيل العاملين في الصحف بما يجعلهم قادرين على تقديم عمل صحفي متكامل.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النتائج، أن (هاشم، ١٤٠١هـ) يتحدث فقط عن عدد قليل من السنوات الأولى في نشأة الصحافة السعودية، بينما تناولت دراسة (القرني، ١٤٢٤هـ) فترات زمنية طويلة امتدت ثمانية عقود، وكشفت عن سيطرة الخطاب التنموي على مجريات الخطاب الإعلامي السعودية في الثلاثة العقود الأخيرة بنسبة ٤٤%، يليه الخطاب التضامني بنسبة ٣٤%، ثم الخطاب التوحيدي (١٥%)، وأخيراً الخطاب الشوروي (٧%)، وهيمن الخطاب التوحيدي (الذي يعني بوحدة المملكة) في العقدين الثاني والثالث (العشريني والثلاثيني الميلادي)، ولم تنل العقود التي تلت كثيراً من مساحة هذا الخطاب، وشهد عقد السبعينيات نسبة كبيرة من حضور الخطاب التضامني أثناء حرب رمضان ١٣٩٣هـ/ أكتوبر ١٩٧٣م، وارتفعت نسبة

حضور الخطاب التنموي خلال عقدي السبعينيات والثمانينيات الميلادية، إلى ٥٢٪، بينما هيمن الخطاب الشوروي في الصحافة السعودية في عقد التسعينيات.

وعن "الاتجاهات النقدية" في الخطاب الإعلامي الصحفي السعودي أشارت الدراسة إلى أن الصحافة السعودية تميل إلى الاتجاهات الإطرائية أكثر من الاتجاهات النقدية.

٤- ركزت دراسات أخرى على تحليل مضمون مواد الرأي في الصحافة السعودية، مثل دراسة (المقرن، ١٤٠٧هـ) التي تناولت فن العمود الصحفي، وقامت بدراسة تحليل مضمون الأعمدة في صحيفتي الجزيرة والرياض، وأشارت النتائج أن صحيفة الرياض تركز على الثقافة الوافدة المستغربة، بينما اهتمت الجزيرة بالثقافة الشعبية والتراث القديم، وكان التركيز الأول للأعمدة الصحفية في (الجزيرة) على القضايا الفنية والمنوعة، مقابل تركيز العمود الصحفي في (الرياض) على القضايا الاجتماعية.

ومن الدراسات التي تناولت فن المقال الصحفي في الصحافة السعودية دراسة (العجمي، ١٤٢٣هـ/ ٢٠٠٣م) التي استهدفت تحديد طبيعة المقال الصحفي في الصحافة السعودية بأنواعه الثلاثة (المقال التحليلي- الافتتاحية- العمود الصحفي) من حيث بنائه ومضمونه وأسباب كتابته، أخذاً بعين الاعتبار فئات التحليل النظرية المستخدمة في كتابة المقال من جهة وعلاقة المقال بالمحيط الذي يتواجد فيه من جهة أخرى. وأشارت النتائج إلى أن ٨١,٥٪ من المقالات عينة الدراسة، تتفق عناوينها مع مضمون مقالاتها، وأن ٥١٪ تقريباً من المقالات كتبت بأسلوب تحليلي، البقية بأسلوب إنشائي. وكان ٣٧٪ من المقالات ذات مضمون سياسي، و١٩,٤٪ ذات مضمون اجتماعي، و١٢٪ ذات مضمون ثقافي. وكانت نسبة ٥٠٪ من المقالات تتجه للمحيط المحلي و٣٧٪ منها تسعى للشرح والتفسير، يليه هدف الإشادة ثم إثارة التساؤلات والنقد والتوعية كأقل الجوانب التي سعت المقالات لتحقيقها.

وقامت دراسة أخرى للقرني (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) بتحليل مضمون ١٥٢٨ مادة مقالية في صفحات الرأي في صحيفتي الرياض والوطن (افتتاحيات، مقالات الكتاب، مقالات على شكل ردود من المسئولين في القطاع العام أو الخاص، رسائل القراء) واعتمدت أيضاً على استنتاجات أخرى لأبحاث عن مختلف وسائل الإعلام السعودي خلال تلك الفترة وفترات سابقة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن السنوات الأخيرة (بعد أحداث سبتمبر) قد شهدت تبلور خطابين رئيسين، أحدهما: ليبرالي، يمثل الاتجاهات الانفتاحية في المجتمع، والآخر خطاب وسطي معتدل يتبنى عملية التغيير وفق ثوابت المجتمع وتقاليده، وأن الخطاب الليبرالي يتوجه أكثر إلى المؤسسات الأمنية والعسكرية والدينية، بينما يتركز اهتمام الخطاب الوسطي إلى المؤسسات السياسية والإعلامية.

وعن لغة الخطاب أشارت الدراسة أن الصياغة الإنشائية غلبت في لغة المقالات التي نشرتها الصحيفتان خلال فترة التحليل بنسبة تزيد عن ٩٧% من مجمل المقالات، إلا أن معظم مساحات الرأي مثلت توجهاً عاماً نقدياً في الصحافة وبنسبة تقترب من الـ٧٠%، وهو ما ينفي الرؤية التي تتحدث عن أن الصحافة السعودية هي صحافة دعائية بالدرجة الأولى.

وقامت دراسة (بيت المال، والسهلي، ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٤ م) بتحليل محتوى المقالات الصحفية في صفحات الرأي بصحيفة (الشرق الأوسط) لمدة ٣ أعوام لمعرفة اتجاهات المقالات الصحافية بعد أحداث ١١ سبتمبر، وبلغ عدد المقالات في العينة التي تم تحليلها ٥٨٨ مقالة، وسعت الدراسة للإجابة على جملة من الأسئلة البحثية، تتناول (موقع المقال التحريري في صفحات الصحيفة، والمادة المرئية المصاحبة للمقال الصحفي، والموضوع الذي يغطيه، وجنسية كاتبه، وعلاقته بأحداث ١١ سبتمبر، والدولة الأساسية التي تناولها المقال، والمذهب الفكري، والجدلية الأساسية فيه، وموقفه من الولايات المتحدة الأمريكية ومن المملكة العربية السعودية..)

ورصدت الدراسة أن نسبة المقالات التي يمكن تصنيفها باعتبارها تمثل (توجهاً غربياً مدنياً) احتلت ٤١% تقريباً من جميع المقالات التي خضعت للتحليل، مقابل ٢٦% تقريباً للاتجاه القومي، ١٥% للاتجاه الإسلامي. وحول طبيعة الخطاب في المقال الصحافي اتضح أن المقالات الصحفية التي كان لها علاقة مباشرة بأحداث ١١ سبتمبر بلغت ٧٧ مقالاً، أي بنسبة ١٣,١ في المائة، فيما بلغت المقالات التي على علاقة غير مباشرة ٩٤ مقالا، أي بنسبة ١٦ في المائة. أما المقالات التي ليس لها علاقة فقد بلغت ٤١٧ مادة، بنسبة ٧٠,٩ في المائة من مجموع مواد عينة الدراسة. ورصدت الدراسة أن الدول الأساسية في جملة المقالات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوعها، اتضح أن نحو ٦٩ مادة لها صلة بأميركا أي بنسبة تصل إلى ٤٠,٤ في المائة. فيما وصل عدد المقالات التي لها علاقة بأفغانستان إلى ١١ مادة أي بنسبة ٦,٤ في المائة. أما المقالات التي لها علاقة بالسعودية فقد وصل عددها إلى تسع مواد بمعدل ٥,٣ في المائة.

وعن الجوانب الفنية في المقال الصحفي، أوضحت الدراسة أن المادة المرئية كانت ضئيلة جداً في صفحات الرأي التي خضعت للتحليل، فقد خلت ٣٦,٤% من المقالات من أي مادة مصورة مصاحبة، وتضمنت ٥٨,٧% منها صورة شخصية للكاتب أو الكاتبة، أما الرسم التوضيحي (الجرافيك) فلم يتجاوز ٠,٥%. واعتبرت الدراسة هذه النتيجة أمراً متوقعاً، لاعتماد المقالات الصحفية بشكل أساسي على النص المكتوب.

أما دراسة (آل سعود، ٢٠١٣م) فقد هدفت إلى معرفة اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية من خلال دراسة ميدانية تحليلية لعينة من كتاب الأعمدة الصحفية و مقالات الرأي في الصفحات الرياضية للصحف السعودية.

وتم تحليل مضمون مقالات الرأي (الأعمدة الصحافية الثابتة) في صفحات الصحف الرياضية السعودية من خلال ما تحتويه من أفكار وقضايا وأساليب تناول ومعالجة؛

للكشف عن مواقف واتجاهات كتاب هذه المقالات نحو مختلف قضايا الشأن الرياضي، وكذلك استخدام طريقة المسح بالعينة؛ للتعرف على الخلفية العلمية والرياضية لكتاب مقالات الرأي في الصحافة الرياضية السعودية.

وتمثلت عينة الدراسة في صحف: الرياض، اليوم، عكاظ، الوطن، الرياضية، وتم جمع وتحليل جميع المقالات الرياضية في هذه الصحف باستخدام عينة عشوائية منتظمة، طبقا للأسلوب الصناعي، وشملت عينة كل صحيفة «٣٥» عددا من الأعداد الصادرة خلال خمسة أسابيع (٣٥ يوما)، وقد بلغ مجموع أعداد المقالات الرياضية المدروسة (٧٠) مقالا.

وأشارت نتائج التحليل إلى ١٤ موضوعا تم تناولها و تبين أن أكثر الألعاب تناولا هي «كرة القدم»، بنسبة وصلت إلى ٩٠,٢%، وكشفت النتائج عن أن أسلوب «الواقع الفعلي» هو الأسلوب الأكثر انتشارا في الإقناع بنسبة ٣٨,٧%، يليه أسلوب «المصلحة الوطنية» ١٨,٤%، ثم أسلوب الإقناع عن طريق خبراء ونجوم بنسبة ١٢,٣%، أما أساليب المعالجة للمواضيع المطروحة عبر المقالات الرياضية في الصحافة السعودية فقد كان أسلوب «الهجوم والنقد» في المقدمة بنسبة ٣٢,٨%.

٥- وتناولت دراسة (الشلهوب، ١٤٢٥هـ) فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية من خلال دراسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على الكيفية التحريرية التي تقدم بها التحقيقات الصحفية لمعرفة مدى التزام الصحفيين السعوديين بالأصول والخطوات العلمية اللازمة لأعداد التحقيقات الصحفية، وأهم الاتجاهات التحريرية التي شهدتها الصحافة مؤخراً في مجال التحقيق. وقامت الدراسة بتحليل التحقيقات الصحفية المنشورة في صحف (الرياض وعكاظ واليوم) خلال عامي ١٤٢٠، و١٤٢١هـ والبالغ عددها ١٠٢٩ تحقيقاً في ٢٦٧عدداً، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج التي يمكن الخلوص منها

إلى ضعف الأداء المهني للصحف السعودية في مجال إعداد وتنفيذ التحقيقات الصحفية، وتتمثل هذه المؤشرات في: ضعف البناء المعلوماتي للتحقيقات الصحفية المنشورة في الصحف السعودية عينة الدراسة، غياب البعد النقدي والتقويمي في موضوعات التحقيقات الصحفية المنشورة في الصحف السعودية، عدم عناية الصحف بالاهتمامات النوعية المستحدثة للقراء، عدم أخذ الصحف السعودية بالاتجاهات الحديثة في تحرير التحقيقات وإخراجها.

وأوصت الدراسة بالانتقال من التركيز على كمية التحقيقات الصحفية المنشورة، إلى العناية بكيفية تناول الموضوعات المطروحة وعرضها بما يتلاءم مع التطورات الحادثة في بنية التحقيق الصحفي، والالتزام بالمعايير المهنية اللازمة لإعداد التحقيقات الصحفية.

٦- وركزت دراسات أخرى على الصورة الصحفية، مثل دراسة (الدهلاوي، ٢٠١٣م) التي حللت شكل ومضمون الصورة الصحفية في الصحافة الخليجية، واختارت صحف الرياض، الوطن الكويتية، الأيام البحرينية، الاتحاد الإماراتية، الراية القطرية، وعمان. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة المواد المنشورة مع الصور بلغت ٦٠,٤% من إجمالي المواد الصحفية التي شملتها الدراسة، ومثلت الصور الملونة نسبة ٧٧,٨% من مجموع الصور التي شملتها الدراسة وعددها ١٣٨١٣ صورة ما بين صور إخبارية وشخصية وصور موضوعات. وكانت صور الموضوعات الرياضية في المقدمة بنسبة ١٧,٥%، تليها الصور السياسية بنسبة ١٣,٢%، ثم صور الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٣%. وأكدت النتائج أن الصحف عينة الدراسة اعتمدت على مصوريها بنسبة ٣١,٤%، ثم صور وكالات الأنباء العالمية بنسبة ٦,٢%، ولم تتجاوز نسبة اعتماد الصحف على صور وكالة الأنباء المحلية نسبة ٢,٦%، وكانت ٥٨,٥% من الصور التي شملتها الدراسة بدون ذكر اسم المصدر (المصور).

٧- ومن الدراسات التي قارنت بين استخدام الفنون الصحفية المختلفة لمعالجة قضية محددة، دراسة (عزة، والجوهرة ١٤٢٤هـ) التي تناولت حجم التغطية الصحفية لقضايا الجمعيات الخيرية والأشكال الصحفية المستخدمة (القوالب الفنية) في معالجتها من خلال تحليل عينة من صحيفتي الرياض والجزيرة خلال الفترة من عام ١٩٩٤ حتى عام ٢٠٠٢م.

وأظهرت الدراسة الاهتمام الكبير الذي توليه الصحيفتان بالقوالب الفنية الإخبارية على حساب التقليل من مادة الرأي في مناقشة القضايا والموضوعات الخاصة بالجمعيات الخيرية.

وجاء تركيز صحيفتي الدراسة (الرياض والجزيرة) على الخبر الصحفي في الترتيب الأول بنسبة (٥١,٤%) للرياض، و(٤٥,٧) للجزيرة، ثم التقرير الصحفي في الترتيب الثاني بنسبة (١٧,٩%) بالرياض، و(٢٩,٦%) للجزيرة، وجاءت التحقيقات الصحفية، في الترتيب الرابع في الصحيفتين بنسبة (١٠% للرياض) و(٩%) للجزيرة. ثم الحوارات الصحفية والتي احتلت الترتيب الخامس بنسبة (٥,٣%) للرياض، (٣,٥%) للجزيرة وأخيرا المقال الصحفي الذي احتل الترتيب السادس والأخير بنسبة (٢,١%) للرياض، و(٢,٥%) للجزيرة.

وفسرت الدراسة ارتفاع الاعتماد على الخبر أكثر من مواد الرأي بسبب اعتماد الصحف على المواد التي ترسل إليها من الجمعيات الخيرية، وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة دراسة (المقوشي، ٢٠٠٠م) عن قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية والتي كان فيها الاعتماد الأكثر في صحف دراسته على الخبر ثم التقرير ثم التغطيات الصحفية.

وأشارت نتائج دراسة (المغامسي، ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م) إلى ارتفاع نسبة الأخبار والتقارير قياساً ببقية الفنون التحريرية الأخرى في معالجة الصحافة السعودية لقضايا السياحة، وفسرت الدراسة هذه النتائج بأن عينة الصحف التي أخضعتها للتحليل كانت صحف يومية تعد الأخبار والتقارير العمود الفقري لأدائها، ومن الطبيعي أن

تستحوذ على النسبة الأكبر من أشكال عرض موضوعاتها بخلاف المجلات التي ينخفض فيها معدل الأخبار والتقارير، وجاءت الإعلانات في المرتبة الثالثة في خمس من صحف الدراسة باستثناء صحيفة (الرياض) التي تقدمت فيها الإعلانات فيها إلى المرتبة الثانية من بين أهم الأشكال التحريرية التي غطت بها الصحيفة موضوعات السياحة.

وعن نوعية العناوين المستخدمة في نشر موضوعات السياحة الداخلية في الصحف التي تناولتها الدراسة، أشرت النتائج أن العناوين الرئيسة والمانشيت كانت هي المهيمنة على معظم تغطيات الصحف، وكانت نسبة الموضوعات التي صاحبتها عناوين (تمهيدية) مقبولة ومنطقية في أكثر صحف الدراسة، وكانت أعلى نسبة لهذه الفئة من العناوين في صحيفة (الجزيرة) التي استخدمت (العناوين التمهيدية) في ٦٣% من إجمالي الموضوعات التي نشرتها عن السياحة الداخلية في السعودية، وكانت أقل نسبة في جريدة (عكاظ)، وجاءت جريدة (الجزيرة) أيضاً في مقدمة صحف الدراسة في استخدام (العناوين الداخلية) بنسبة ١٥%.

وعن الصور الفوتوغرافية المصاحبة للمواد التحريرية عن موضوعات السياحة، أشارت النتائج إلى أن مصاحبة الصور جاءت بنسبة ٧٧% من الموضوعات المنشورة في صحيفة (عكاظ) مقابل ٥٤% تقريباً في صحيفة (الجزيرة)، وكان هناك تقارب كبير في نسبة الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية في صحف (البلاد، الندوة، اليوم) وكانت نسبة الصور الحديثة أقل من الصور الأرشيفية في كل الصحف، وجاءت نسبة الصور الملونة المصاحبة لموضوعات السياحة في المرتبة الأولى في صحيفتين فقط، هما (عكاظ، والرياض)، بينما كانت ٧٢% تقريباً من الصور عن تلك الموضوعات في صحيفتي (البلاد) و (الجزيرة) هي (صور أبيض وأسود).

ومن الدراسات التي تناولت بالتحليل مختلف الفنون الصحفية في الصحافة السعودية دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ/ ٢٠٠٦م) التي أشارت إلى النسبة الخبرية تصل إلى ثلثي

المادة الصحفية في تغطية صحيفة الرياض للقضايا المحلية، مقابل ٤٦% تقريباً في صحيفة الجزيرة التي أفردت مساحة أكبر للتقارير والتحقيقات والأحاديث الصحفية بنسبة ٢٤% تقريباً من موادها، مقابل ١٥% فقط في صحيفة الرياض. وكانت الأخبار والتقارير والتحقيقات في الصحيفتين تتجه إيجابياً في الغالب، وتتبنى المقالات ورسائل الجمهور والكاريكاتير جوانب أكثر نقدية من غيرها.

فقد كانت معظم الأخبار في صحيفتي الرياض والجزيرة إيجابية بنسبة ٧٣%، وكذلك التقارير والتحقيقات. أما المقالات فلم تتجاوز نسبة الاتجاه الإيجابي فيها ٤١%، وارتفعت نسبة الاتجاه السلبي في الكاريكاتير إلى ٨٠%.

وإجمالا فقد أشارت النتائج إلى أن معظم التغطيات الخبرية والتقريرية والمقالية تنضوي تحت الاتجاهات الإيجابية نحو القطاعات الخدمية في المجتمع، ووصلت النسبة إلى ٦٥%، وبحسب الدراسة فهذا يعكس موقفاً متوقعاً كون الصحافة تسعى لتبني مواقف إيجابية نحو السلطة التي تمثلها القطاعات والإدارات المختلفة في الدولة. إلا أن الدراسة رصدت تحولاً في تخلي الصحافة عن تلك التوجهات الإيجابية التي وصلت قبل أحداث سبتمبر إلى ٧٠% ثم انخفضت عام ٢٠٠٤م إلى أقل من ٦٠% . واستنتجت الدراسة أن الصحافة السعودية ما يزال ظهورها كصحافة تنموية، فقد كانت نسبة ثلث التغطيات تصب في إطار التغطية والمعالجة الخدمية في المجتمع.

واستهدفت دراسة (الزهراني، ٢٠١٠م) التعرف على أبرز قضايا وموضوعات العنف الأسري التي اهتمت بها صحيفة عكاظ، و التعرف على الأشكال الصحفية التي تناولت القضية من خلالها والوسائل التي استخدمتها الصحيفة في عرض المضمون الخاص بموضوع العنف الأسري، من خلال تحليل مضمون المقالات والتحقيقات والأخبار. وشملت الدراسة ٥٨٩ عدداً خلال فترة السنوات الخمس، وأوضحت النتائج أن ٣٣,٣% من المادة الصحيفة التي شملتها الدراسة قد أرفق صورة الضحية، مقابل ٦,٦% نشرت صور الجناة، ولم تنشر ٣١,٢% منها أي مادة مصورة، وكان الكاتب

لنسبة ٨٧,١% من المواد الصحفية التي شملتها الدراسة من الذكور، مقابل ٧,٨% فقط للكتّاب الإناث.

واستخدمت الصحيفة الخبر بنسبة ٧٤,٤% في تغطية تلك الموضوعات، تليها التحقيقات ثم التقارير والاستطلاعات بفارق كبير.

أما دراسة (الشهري، ٢٠١٣م) فقد استهدفت تحديد خصائص التغطية الصحفية لأخبار الجرائم الجنائية في الصحافة اليومية السعودية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب تحليل المضمون، وتمّ اختيار عينة زمنية لمدة عام كامل من بداية شهر يناير ٢٠٠٨م إلى نهاية شهر ديسمبر من العام نفسه. وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف السعودية ركزت على المادة الإخبارية بدرجة كبيرة، وفسرت ذلك بطبيعة الصحف اليومية، وتفاوت استخدام الصحف للفنون الصحفية المختلفة في معالجة تلك القضايا، حيث ركزت صحيفة (الرياض) على تقديم التحقيقات الصحفية، في حين ركزت صحيفتا (الوطن) و(عكاظ) على الناحية الإخبارية والتقارير الإخبارية، بينما تفوقت صحيفة (الرياض) في تقديم مساحات أكبر للمقالات.

واعتمدت الصحف على تصريحات الناطق الإعلامي في شرطة المناطق كمصادر لتغطيتها الصحفية لموضوع أخبار الجرائم الجنائية، واهتمت بالنطاق المحلي وركزت على استخدام اللغة الإنشائية بدرجة كبيرة، أما توظيف الصورة مع المادة الصحفية فقد كان بدرجة متوسطة.

منهج الدراسة

وظفت هذه الدراسة المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وذلك وفق إجراءات وأسلوب تحليل المضمون المتبع في الدراسات الإعلامية.. ويعد التحليل الكمي من ابرز سمات تحليل المضمون حيث يتيح هذا المنهج للباحث استخدام الطرق والأساليب الإحصائية التي تهيئ وجود تبويب وتصنيف للفئات وجدولة للوحدات وقياسها والتعبير عن نتائجها بقيم عددية، تهدف إلى التحقق من الموضوعية والتقليل من أخطاء التحيز. وقد عرف برلسون (Berelson) تحليل المضمون على أنه: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر في العملية الاتصالية والإعلامية". ومن خلال هذا التعريف يمكن اشتقاق عدة عناصر يعتمد عليها هذا الأسلوب المنهجي، وحددها ستمبل Stempel, ١٩٨٢ في الأسس التالية:

١- **الموضوعية**: ويقصد بها التجرد من الدوافع الذاتية للباحث، بحيث يمكن إعادة تطبيق الدراسة مرات أخرى من قبل باحثين آخرين وتصل إلى نفس النتائج.

٢- **التنظيم**: ويشمل التطبيق الكامل لعدد من الخطوات العلمية المنهجية الدقيقة، وتحديد فئات الدراسة، بحيث يمكن أن يندرج تحتها كل أصناف المادة المطلوب تحليلها.

٣- **الاستخدام الكمي**: ويقصد به تسجيل التكرار أو القيمة الرقمية لحدوث أي نوع من تصنيفات المحتوى.

٤- **المحتوى الظاهر**: ويعني بذلك أن أسلوب تحليل المضمون يعتمد على تحليل المعنى الظاهر في المحتوى الإعلامي دون الالتفات إلى معاني كامنة وغير ظاهرة في الرسالة الإعلامية (ص ١٢٠-١٢١).

اختيار الصحف

تم اختيار ست صحف رئيسة من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً، وهي صحف الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة.

العينة الزمنية

تم اختيار عينة لكل صحيفة بواقع ١٢ عدداً من عام ٢٠١٣م، وهو ذات الأسلوب الذي اتبعته الدراستان الأولى والثانية (٢٠٠٧م، ٢٠٠٩م)

وقد تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة في سحب عينة الدراسة لكل صحيفة بحيث تم تقسيم الشهر إلى أربعة أسابيع، وتم عشوائياً اختيار اليوم (أحد أيام الأسبوع) والأسابيع (أحد الأربعة أسابيع) من الشهر الأول يناير. وتم بشكل منتظم اختيار اليوم التالي والأسبوع التالي من الشهر الثاني، وهكذا.

فئات التحليل

اعتمدت هذه الدراسة المادة الصحافية كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالا، أو خبرا، أو تقريرا، أو تحقيقا، ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.

ثبات التحليل

تم التأكد من ثبات التحليل في هذه الدراسة من خلال تدريب أربعة من الباحثين المساعدين (المحللين coder) من أصحاب الخبرة الصحافية. وتم اختيار عينة عشوائية من المادة الصحافية بغرض مقارنتها بين الباحثين. وباستخدام معادلة اقترحها هولستى (Holsti) لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون أفضت هذه المعادلة إلى نسبة توافق وصلت إلى (٩٢%) مما يعنى درجة عالية من التوافق في التحليل والثبات في النتائج.

نتائج الدراسة

أولاً: التحليل العام:

بلغ عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها في هذه الدراسة ٢٣٦١ مادة صحفية، من الصحف الست التي شملتها الدراسة خلال العام ٢٠١٣م.

جدول رقم (١)

توزيع المادة الصحفية حسب الشهر

اسم الشهر	التكرار	النسبة المئوية
سبتمبر	٢٦٠	١١,٠
يوليو	٢٤٧	١٠,٥
مارس	٢٤٣	١٠,٣
يناير	٢٢٦	٩,٦
إبريل	٢١١	٨,٩
فبراير	٢٠٣	٨,٦
ديسمبر	١٨٦	٧,٩
نوفمبر	١٨١	٧,٧
أكتوبر	١٦٦	٧,٠
مايو	١٦١	٦,٨
يونيو	١٥٤	٦,٥
أغسطس	١٢٣	٥,٢
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

توضح نتائج الجدول السابق توزيع المادة الصحافية التي شملتها الدراسة خلال أشهر العام، إذ جاء شهر سبتمبر في المقدمة بنسبة ١١% من تكرارات المادة الصحفية المنشورة تليه المواد الصحفية لأشهر (يوليو ومارس ويناير) ثم ابريل وفبراير. وانتهاء بشهر أغسطس.

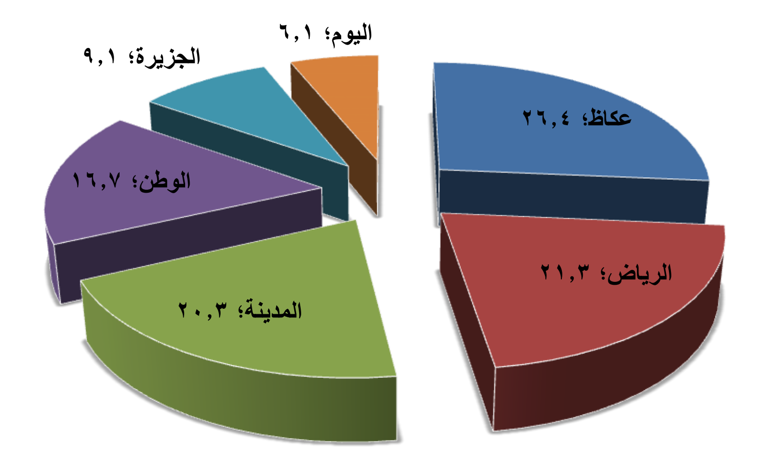
جدول رقم (٢)

توزيع المادة الصحفية في كل صحيفة

اسم الصحيفة	التكرار	النسبة المئوية
عكاظ	٦٢٤	٢٦,٤
الرياض	٥٠٣	٢١,٣
المدينة	٤٨٠	٢٠,٣
الوطن	٣٩٤	١٦,٧
الجزيرة	٢١٦	٩,١
اليوم	١٤٤	٦,١
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (١)

توزيع المادة الصحفية في كل صحيفة



وتوضح نتائج الجدول السابق توزيع المادة الصحافية في الصحف التي شملتها الدراسة، إذ جاءت صحيفة عكاظ في المرتبة الأولى بنسبة ٢٦,٤%، ثم جاءت صحيفة الرياض بنسبة ٢١,٣%، ثم صحيفة المدينة بنسبة ٢٠,٣%، ثم بقية الصحف (الوطن، الجزيرة، اليوم) على الترتيب.

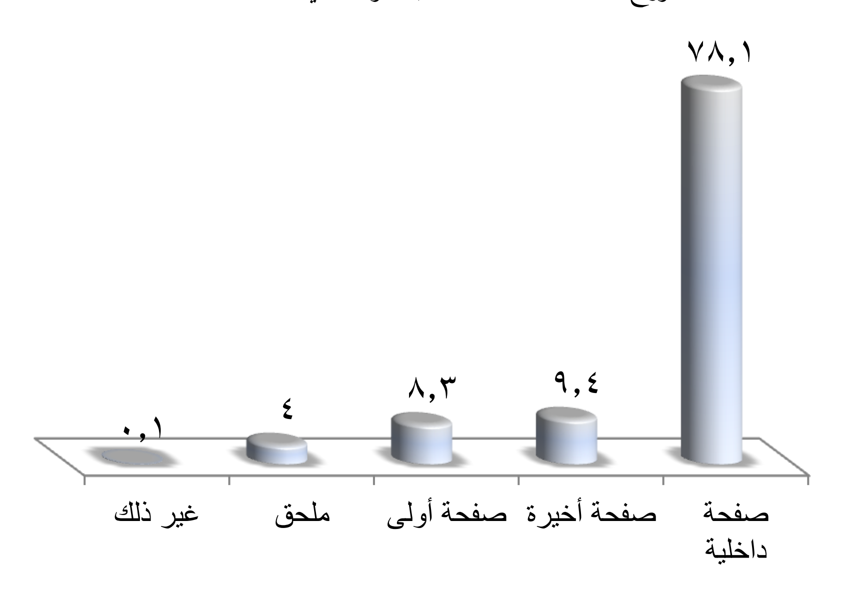
جدول رقم (٣)

توزيع المادة الصحفية حسب موقعها في الصحيفة

الموقع	التكرار	النسبة المئوية
صفحة داخلية	١٨٤٣	٧٨,١
صفحة أخيرة	٢٢٣	٩,٤
صفحة أولى	١٩٧	٨,٣
ملحق	٩٥	٤,٠
غير ذلك	٣	.١
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٢)

توزيع المادة الصحفية حسب موقعها في الصحيفة



ويتضح من بيانات جدول رقم (٣) حول توزيع المادة الصحافية تبعاً للموقع أن ٧٨,١% من المادة الصحفية جاءت في الصفحات الداخلية، مقابل ٤% في الملاحق، بينما كانت نسبة المواد الصحفية في الصفحات الأولى والأخيرة أقل من ٢٠%.

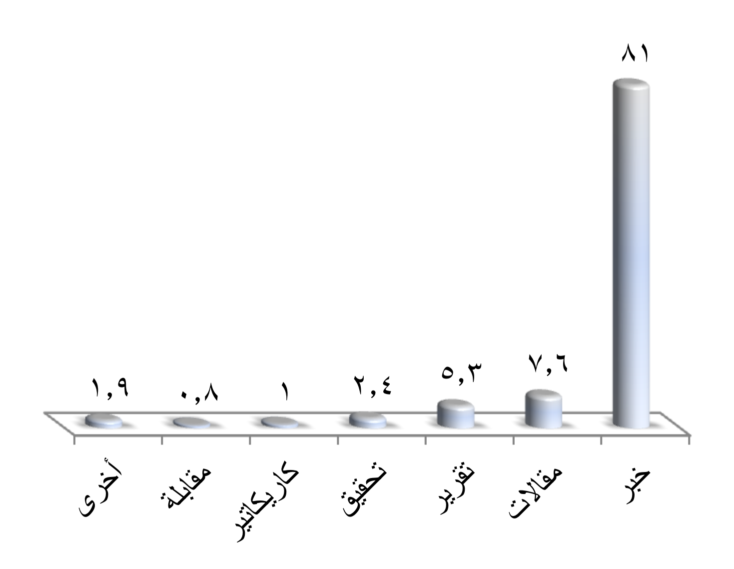
جدول رقم (٤)

توزيع المادة الصحفية حسب الفنون الصحفية

الشكل	التكرار	النسبة المئوية
خبر	١٩١٣	٨١,٠
مقالات	١٨٠	٧,٦
تقرير	١٢٥	٥,٣
تحقيق	٥٧	٢,٤
كاريكاتير	٢٣	١,٠
مقابلة	١٨	.٨
أخرى	٤٥	١,٩
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٣)

توزيع المادة الصحفية حسب الفنون الصحفية



ويتضح من بيانات جدول رقم (٤) أن المواد الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى مقارنة بالمواد الصحافية الأخرى المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) وبنسبة ٨١%، وهي نتيجة متوقعة باعتبار أن الصحف التي شملها التحليل هي صحف يومية، تتجه في العادة إلى تقديم الخدمة الإخبارية أكثر من مواد الرأي التي تسجل حضوراً أكبر في الصحف والمجلات الأسبوعية. إلا أن النتائج السابقة تشير إلى عدم اهتمام الصحف بفن المقابلة والحوارات الصحفية التي كانت نسبتها أقل من ١%، ويمكن تفسير انخفاض النسبة الأخيرة لأن الدراسة اعتمدت أسلوب (حساب التكرارات) وربما اختلفت النتيجة في حال اعتماد أسلوب (المساحة بالسنتيمتر/ عمود) إذ تحتل المقابلات الصحفية عادة مساحة أكبر من معظم الفنون الأخرى.

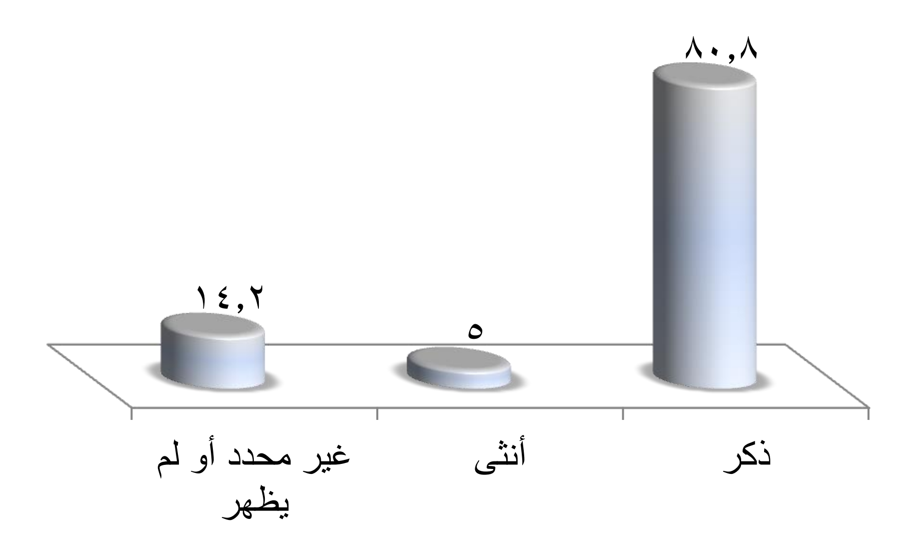
جدول رقم (٥)

توزيع المادة الصحفية وفقا للكاتب

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١٩٠٨	٨٠,٨
أنثى	١١٧	٥,٠
غير محدد أو لم يظهر	٣٣٦	١٤,٢
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٤)

توزيع المادة الصحفية وفقا للكاتب



يوضح الجدول السابق توزيع المادة الصحفية التي شملتها الدراسة حسب متغير النوع، وتشير النتائج إلى هيمنة واضحة للذكور في كتابة أكثر من ٨٠% من المواد الصحفية

التي شملتها الدراسة، مقابل نسبة لم تتجاوز ٥% للقلم النسائي، بينما بلغت نسبة المواد الصحفية التي لم تحدد كاتبها ١٤,٢%.

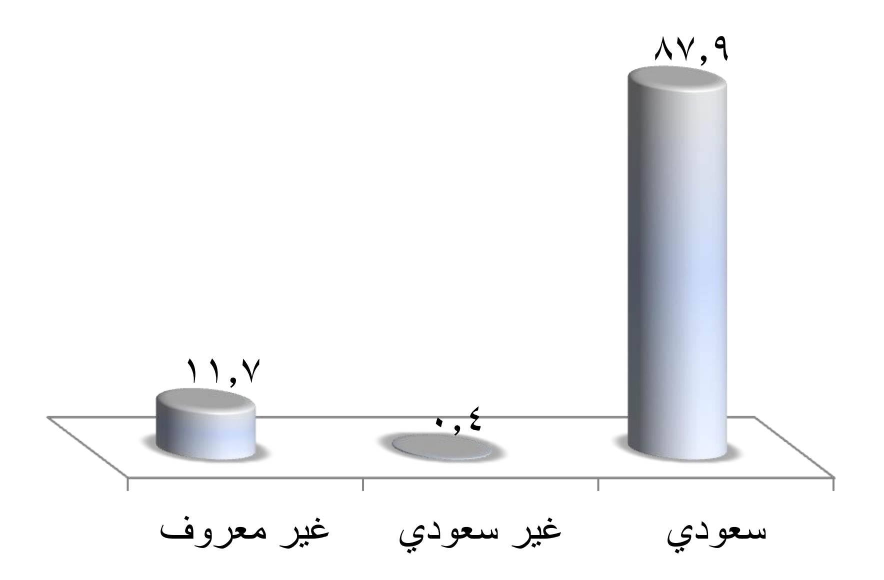
جدول رقم (٦)

توزيع المادة الصحفية حسب جنسية الكاتب

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
سعودي	٢٠٧٥	٨٧,٩
غير سعودي	١٠	.٤
غير معروف	٢٧٦	١١,٧
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٥)

توزيع المادة الصحفية حسب جنسية الكاتب



ولتحديد كتاب المادة الصحفية التي شملتها الدراسة تم تقسيم الكتّاب من حيث الجنسية إلى ثلاث فئات: سعودي، وغير سعودي، وغير محدد. وأظهرت النتائج في الجدول السابق أن غالبية كتّاب المادة الصحفية في صحف الدراسة هم من السعوديين بنسبة بلغت ٨٨% تقريباً، مقابل أقل من ١% للكتاب غير السعوديين. و١١,٧% من المادة الصحفية لم يتم تحديد كتابها.

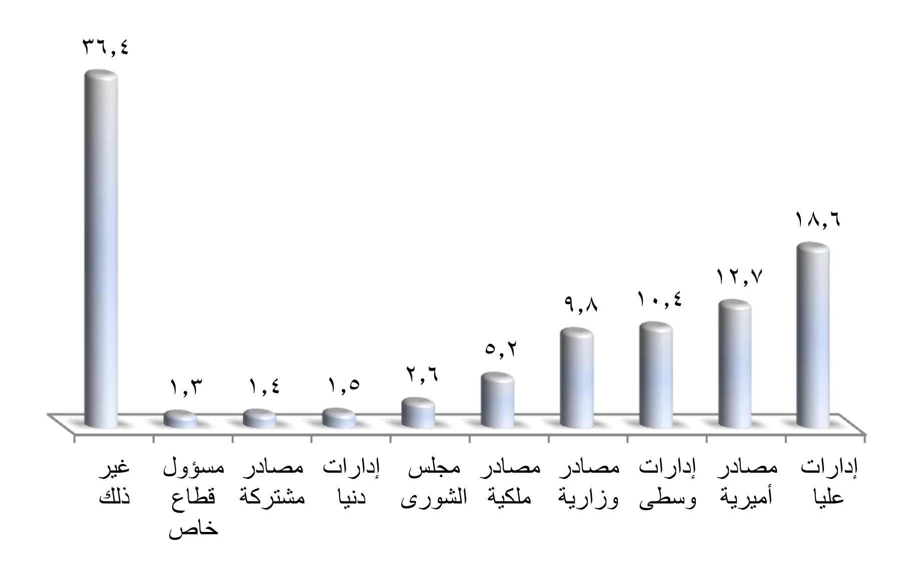
جدول رقم (٧)

توزيع المادة الصحفية حسب الشخصية الرئيسة التي تناولتها

الشخصية الرئيسية	التكرار	النسبة المئوية
إدارات عليا	٤٤٠	١٨,٦
مصادر أميرية	٢٩٩	١٢,٧
إدارات وسطى	٢٤٥	١٠,٤
مصادر وزارية	٢٣١	٩,٨
مصادر ملكية	١٢٣	٥,٢
مجلس الشورى	٦٢	٢,٦
إدارات دنيا	٣٦	١,٥
مصادر مشتركة	٣٤	١,٤
مسئول قطاع خاص	٣١	١,٣
غير ذلك	٨٦٠	٣٦,٤
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٦)

توزيع المادة الصحفية حسب الشخصية الرئيسة التي تناولتها



أظهرت النتائج فيما يتعلق بالشخصية الرئيسية في المادة الصحفية، أن شخصيات الإدارة العليا والمصادر الأميرية قد استحوذت على أكثر من ٣٠% من الشخصيات الرئيسية في المواد الصحفية، تليها شخصيات الإدارة الوسطى ثم المصادر الوزارية فالمصادر الملكية ثم مصادر مجلس الشورى.

وكانت أعلى نسبة في فئات هذا المحور من الدراسة هي فئة (غير ذلك) ويدخل ضمن هذه الفئة (المواطن و الشخصيات غير المشهورة).

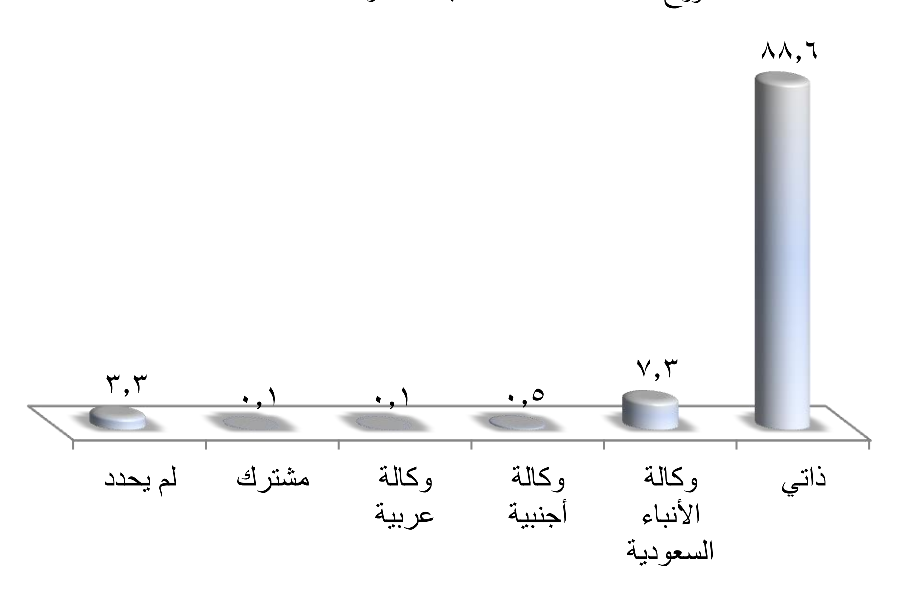
جدول رقم (٨)

توزيع المادة الصحفية حسب مصدر المادة

مصدر المادة الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية
ذاتي	٢٠٩٣	٨٨,٦
وكالة الأنباء السعودية	١٧٣	٧,٣
وكالة أجنبية	١١	.٥
وكالة عربية	٣	.١
مشترك	٣	.١
لم يحدد	٧٨	٣,٣
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٧)

توزيع المادة الصحفية حسب مصدر المادة



توضح نتائج الجدول السابق أن الصحف السعودية-عينة الدراسة- اعتمدت على مصادرها الذاتية (مراسلين- مندوبين- مكاتب داخلية وخارجية) في الحصول على ٨٨,٦% من المواد الصحفية.

وكان الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية بنسبة ٧,٣%، ويوضح الاعتماد الضعيف جدا على وكالات الأنباء العربية الخلل الواضح في جهود التنسيق الإعلامي العربي والخليجي، على الأقل في مستواه الرسمي.

جدول رقم (٩)

توزيع المادة الصحفية حسب القطاع الإداري

القطاع الإداري	التكرار	النسبة المئوية
عام	٥٧٧	٢٤,٤
مكة المكرمة	٥٥٣	٢٣,٤
الرياض	٤٩٢	٢٠,٨
الشرقية	٢٤٩	١٠,٥
المدينة	٩٦	٤,١
عسير	٦٩	٢,٩
القصيم	٦٤	٢,٧
الباحة	٥٦	٢,٤
جازان	٥٢	٢,٢
تبوك	٤٣	١,٨
حائل	٤٠	١,٧
نجران	٣٠	١,٣
الحدود الشمالية	٢٨	١,٢
الجوف	١٢	.٥
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

أظهرت النتائج في الجدول السابق فيما يتعلق بالبعد الجغرافي للمادة الصحفية أن المناطق الثلاثة الأساسية في المملكة: (مكة المكرمة، والرياض والمنطقة الشرقية) قد تناولتها أكثر من نصف المواد الصحفية التي شملتها الدراسة.

وكانت ربع المادة الصحفية تقريبا تتناول جميع مناطق المملكة (عام)، أما بقية المناطق فقد تراوحت نسبتها بين ٢,٩% لمنطقة عسير إلى نصف واحد في المائة لمنطقة الجوف.

وتبدو النتيجة منطقية وتعكس حجم الكثافة السكانية للمناطق الأساسية في المملكة، حيث تتاح عادة فرص واسعة لاقتناص مواد صحفية في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية والمناطق التي تتواجد فيها المؤسسات المركزية للدولة.

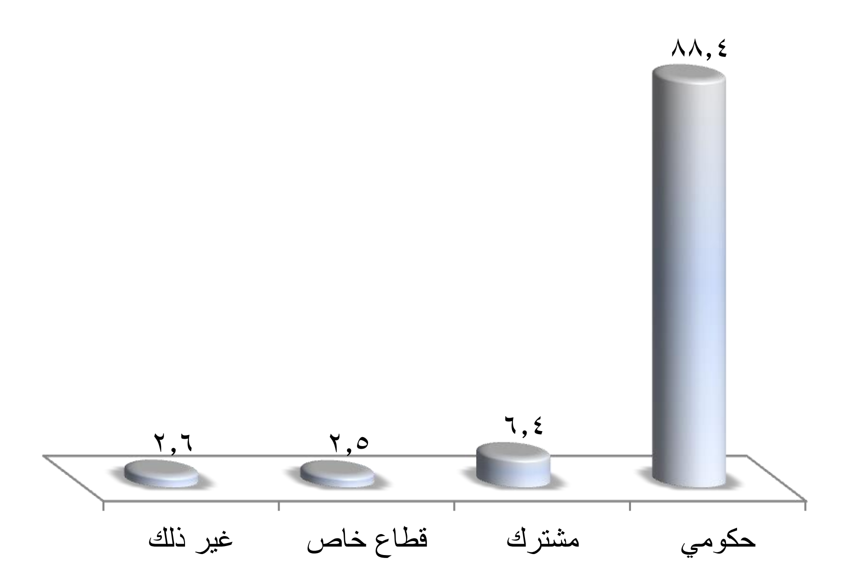
جدول رقم (١٠)

توزيع المادة الصحفية حسب الجهة

الجهة	التكرار	النسبة المئوية
حكومي	٢٠٨٨	٨٨,٤
مشترك	١٥٢	٦,٤
قطاع خاص	٥٩	٢,٥
غير ذلك	٦٢	٢,٦
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٨)

توزيع المادة الصحفية حسب الجهة



قسمت الدراسة المادة الصحافية إلى ثلاث فئات من حيث الجهة التي تتناولها وهي (حكومي، وخاص، ومشترك). وأظهرت النتائج أن نسبة المواد الصحفية المتعلقة بالجهات الحكومية كانت هي الأكبر بنسبة بلغت ٨٨,٥%، وبفارق كبير جداً عن القطاع الخاص، ومرد الفارق الكبير في هذه النتيجة جزئيا إلى أسلوب التحليل الذي اعتمد التكرارات وليس (المساحة بالسم/ عمود) كأسلوب للقياس. وكانت معظم المواد الإخبارية القصيرة بحسب نتائج التحليل تتناول جهات حكومية.

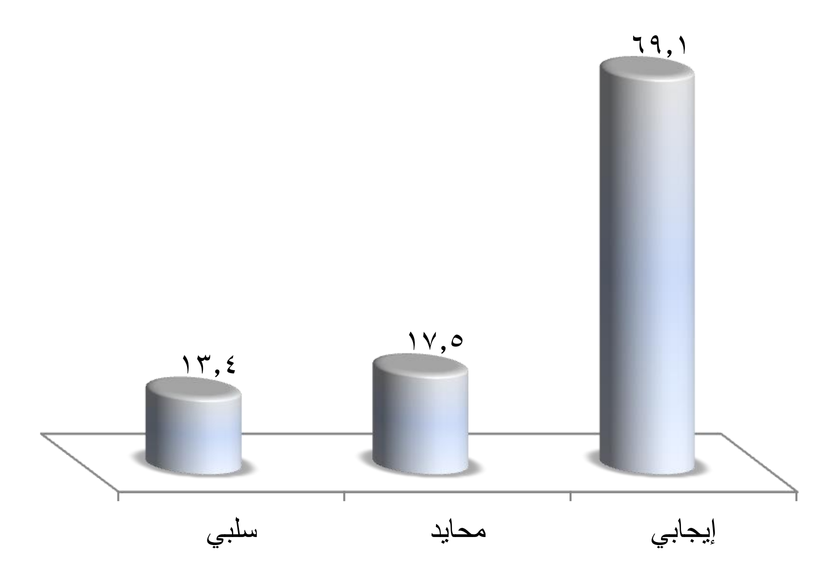
جدول رقم (١١)

توزيع المادة الصحفية حسب الاتجاه العام

الاتجاه العام	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	١٦٣٢	٦٩,١
محايد	٤١٢	١٧,٥
سلبي	٣١٧	١٣,٤
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

شكل رقم (٩)

توزيع المادة الصحفية حسب الاتجاه العام



أوضحت النتائج أن الاتجاه الغالب في المادة الصحفية كان إيجابيا بنسبة تقترب من ٧٠% مقابل ١٣,٤% للاتجاه السلبي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة مثل دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ) التي أكدت أن الصحافة السعودية تتبنى الاتجاه الإيجابي

غالبا في الأخبار والتقارير والتحقيقات، مقابل ميل أكبر للجوانب النقدية والاتجاه السلبي في المقالات ورسوم الكاريكاتير.

جدول رقم (١٢)

توزيع المقالات الصحفية حسب طبيعة الطرح

طبيعة الطرح المقالي	التكرار	النسبة المئوية
مشترك	٨٦	٣,٦
عقلاني	٧٠	٣
عاطفي	٢٤	١
لا ينطبق	٢١٨١	٩٢,٤
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

توضح نتائج تحليل المقالات الصحفية التي شملتها الدراسة (وعددها ١٨٠ مقالاً) أن أكثرها يميل لأسلوب الطرح المشترك (الذي يجمع بين الأسلوب العقلاني والعاطفي)، وكان عددها (٨٦ مقالا من إجمالي ١٨٠ مقالا) أي بنسبة تقترب من نصف العدد الإجمالي للمقالات التي شملتها الدراسة. مقابل ٧٠ مقالا يغلب فيها الأسلوب العقلاني (٣٨,٩% من مجموع المقالات)، بينما لم تتجاوز نسبة المقالات التي اعتمدت أسلوب الطرح العاطفي نسبة ١٣,٣% من مجموع المقالات.

جدول رقم (١٣)

القضايا الأكثر بروزا في التغطية الصحافية

القضية	التكرار	النسبة المئوية
الفساد	٢١١	٨,٩
الصحة	١٠١	٤,٣
الإسكان	٤٩	٢,١
البطالة	٣٥	١,٥
قضايا المرأة	٣٤	١,٤
الفقر	٢٤	١,٠
الإرهاب	٢٢	.٩
المخدرات	٦	.٣
غير ذلك	١٨٧٩	٧٩,٦
الإجمالي	**٢٣٦١**	**١٠٠,٠**

يوضح الجدول رقم (١٣) القضايا الأكثر بروزا في التغطية الصحفية خلال فترة الدراسة وهي العام ٢٠١٣م، وقد رصدت الدراسة مجموع ثماني قضايا حظيت بنسبة ٢٠,٤% من التغطية الإجمالية في كل الصحف. وجاءت في مقدمة تلك القضايا قضية الفساد والتسيب الإداري ورصد الاختلالات في أداء الأجهزة الحكومية المختلفة بنسبة ٩% تقريبا، تليها الصحة ثم الإسكان ثم البطالة ثم قضايا المرأة، ثم الفقر ثم الإرهاب وأخيرا المخدرات.

التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة):

في التحليل المقارن للمواد الصحفية التي شملتها الدراسة يوضح الجدول رقم (١٤) أن الصفحات الداخلية قد استحوذت على النسبة الأكبر للمواد الصحفية في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٩٨% (كما في صحيفة الجزيرة)، و٦٧,١% في عكاظ . كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن الصفحات الداخلية في جميع الصحف قد تضمنت ٧٨,١% من المواد التي شملها التحليل.

أما المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأولى فقد تراوحت بين ١٥,٢% (كما في صحيفة الوطن) و١,٩% (كما في صحيفة الجزيرة)، بينما أشارت النتائج الإجمالية أن الصفحات الأول في جميع الصحف قد تضمنت ٨,٣% من المواد الصحفية التي شملها التحليل خلال فترة الدراسة.

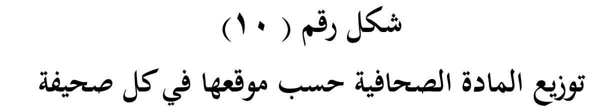
وتشير نتائج الجدول رقم (١٤) أيضاً إلى أن المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأخيرة قد تراوحت بين ٢١,٨% (صحيفة عكاظ) و٤,١% (صحيفة الوطن) في حين كانت الصفحة الأخيرة في (الجزيرة، واليوم) مواد إعلانية في الأعداد التي شملها التحليل من الصحيفتين، وأشارت النتائج الإجمالية أن الصفحات الأخيرة في جميع الصحف قد تضمنت ٩,٥% من إجمالي المواد الصحفية التي شملتها الدراسة.

وبشكل عام فإن التفاوت الكبير في توزيع عدد المواد الصحفية في الصفحات الأولى والأخيرة بين بعض الصحف مرده إلى اعتماد أسلوب التكرار في القياس وهو الأسلوب الذي اعتمدته الدراسة، بالإضافة إلى السياسات التحريرية المتباينة نسبيا من صحيفة إلى أخرى.

جدول رقم (١٤)

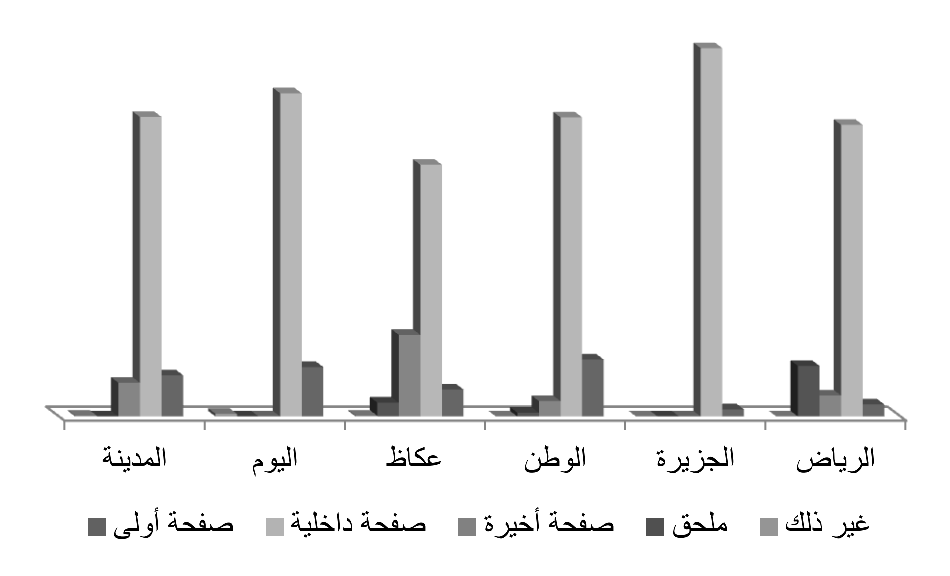
توزيع المادة الصحافية حسب موقعها في كل صحيفة

الموقع	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
صفحة داخلية	٣٩١	٢١٢	٣١٤	٤١٩	١٢٤	٣٨٣	١٨٤٣
	٧٧,٧	٩٨,١	٧٩,٧	٦٧,١	٨٦,١	٧٩,٨	٧٨,١
صفحة أخيرة	٢٨	٠	١٦	١٣٦	٠	٤٣	٢٢٣
	٥,٦٪	٠,٠٪	٤,١٪	٢١,٨٪	٠,٠٪	٩,٠٪	٩,٥٪
صفحة أولى	١٦	٤	٦٠	٤٥	١٩	٥٣	١٩٧
	٣,٢	١,٩	١٥,٢	٧,٢	١٣,٢	١١,٠	٨,٣
ملحق	٦٨	٠	٤	٢٣	٠	٠	٩٥
	١٣,٥٪	٠,٠٪	١,٠٪	٣,٧٪	٠,٠٪	٠,٠٪	٤,٠٪
غير ذلك	٠	٠	٠	١	١	١	٣
	٠,٠٪	٠,٠٪	٠,٠٪	٠,٢٪	٠,٧٪	٠,٢٪	٠,١٪
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠



شكل رقم (١٠)

توزيع المادة الصحافية حسب موقعها في كل صحيفة



يوضح الجدول التالي أن الأخبار جاءت في المركز الأول في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٧٩,٦% (في صحيفة الجزيرة) و ٥٧,٦% (صحيفة اليوم) . كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن نسبة الأخبار وصلت إلى ٨١% من المواد الصحفية التي شملها التحليل.

أما المقالات التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٧,٦% من إجمالي المواد الصحفية في جميع الصحف التي شملتها الدراسة، فقد تراوحت نسبتها بين ١٣,٥% (صحيفة الوطن) و ١,٦% (عكاظ).

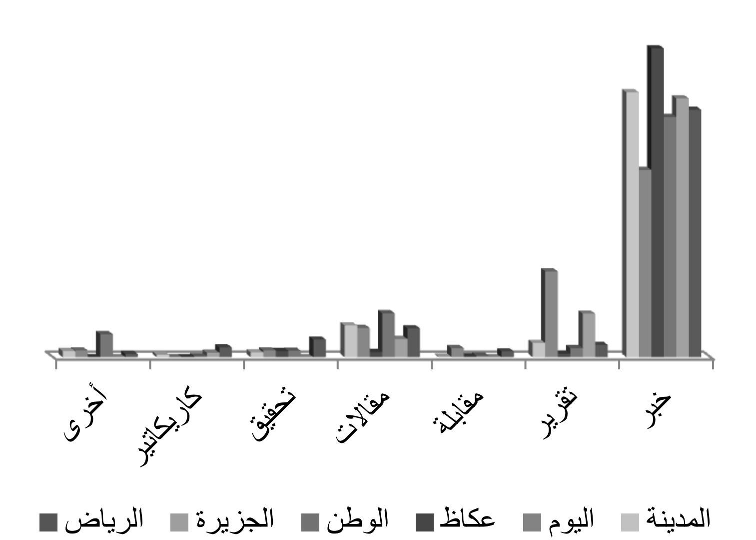
جدول رقم (١٥)

توزيع المادة الصحافية حسب الشكل الفني للمادة في كل صحيفة

الشكل الفني	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
خبر	٣٨٣	١٧٢	٢٩١	٥٩٣	٨٣	٣٩١	١٩١٣
	٧٦,١	٧٩,٦	٧٣,٩	٩٥,٠	٥٧,٦	٨١,٥	٨١,٠
تقرير	١٩	٢٩	١١	٧	٣٨	٢١	١٢٥
	٣,٨	١٣,٤	٢,٨	١,١	٢٦,٤	٤,٤	٥,٣
مقابلة	٩	٠	٢	٢	٤	١	١٨
	١,٨	٠,٠	٠,٥	٠,٣	٢,٨	٠,٢	٠,٨
مقالات	٤٥	١٢	٥٣	١٠	١٣	٤٧	١٨٠
	٨,٩	٥,٦	١٣,٥	١,٦	٩,٠	٩,٨	٧,٦
تحقيق	٢٧	٠	٨	١٢	٣	٧	٥٧
	٥,٤	٠,٠	٢,٠	١,٩	٢,١	١,٥	٢,٤
كاريكاتير	١٥	٣	١	٠	٠	٤	٢٣
	٣,٠	١,٤	٠,٣	٠,٠	٠,٠	٠,٨	١,٠
أخرى	٥	٠	٢٨	٠	٣	٩	٤٥
	١,٠	٠,٠	٧,١	٠,٠	٢,١	١,٩	١,٩
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

شكل رقم (١١)

توزيع المادة الصحافية حسب الشكل الفني للمادة في كل صحيفة



وتوضح بيانات الجدول التالي أن الذكور أكثر من الإناث بشكل ملحوظ حيث كانت نسبة الذكور في الصحف ككل ٨٠,٩% وتراوحت نسبة الذكور ما بين ٩١,٩% كما في صحيفة الوطن، ٦٢,٥% كما في صحيفة اليوم، وكانت نسبة الاناث أقل من ٥% في إجمالي الصحف، مع ارتفاع طفيف لنسبتهن في صحف (الرياض، الجزيرة، الوطن).

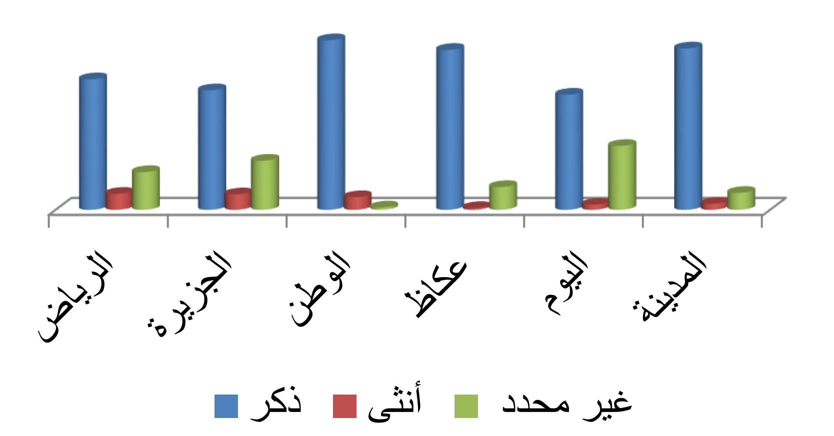
جدول رقم (١٦)

توزيع المادة الصحافية حسب جنس الكاتب في كل صحيفة

اسم الصحيفة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
ذكر	٣٥٦	١٣٩	٣٦٢	٥٤٠	٩١	٤٢٠	١٩٠٨
	٧٠,٨	٦٤,٢	٩١,٩	٨٦,٧	٦٢,٥	٨٧,٥	٨٠,٨
أنثى	٤٤	٢٠	٢٧	٦	٤	١٦	١١٧
	٨,٧	٩,٣	٦,٩	١,٠	٢,٨	٣,٣	٥,٠
غير محدد أولم يظهر	١٠٣	٥٧	٧	٧٧	٥٠	٤٤	٣٣٦
	٢٠,٥	٢٦,٥	١,٣	١٢,٤	٣٤,٧	٩,٢	١٤,٢
الإجمالي	٥٠٣	٢١٥	٣٩٤	٦٢٣	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

شكل رقم (١٢)

توزيع المادة الصحافية حسب جنس الكاتب في كل صحيفة



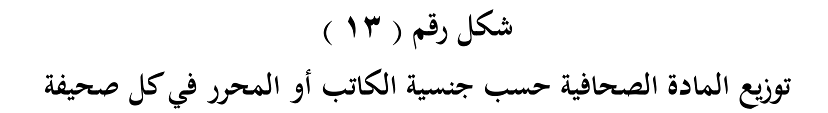
ويوضح الجدول التالي أن الكتّاب والمحررين السعوديين كانوا هم الغالبية في جميع الصحف، وكانت النسبة تقترب من ١٠٠% في صحيفتي عكاظ والوطن.

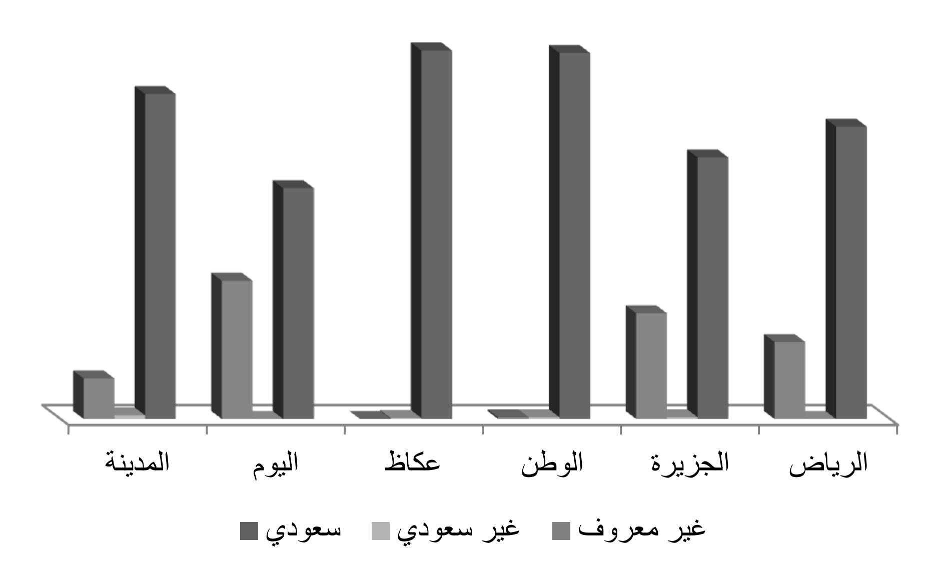
كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن نسبة ٨٨% تقريباً من كتاب ومحرري المواد الصحفية هم من الجنسية السعودية، مقابل نسبة أقل من ١% في معظم الصحف، ولم يتمكن المحللون في الدراسة من تحديد جنسية ١١,٦% فقط من عدد كتاب ومحرر المواد الصحفية في كل الصحف التي شملتها الدراسة.

جدول رقم (١٧)

توزيع المادة الصحافية حسب جنسية الكاتب أو المحرر في كل صحيفة

اسم الصحيفة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
سعودي	٣٩٨	١٥٣	٣٩٠	٦٢٢	٩٠	٤٢٢	٢٠٧٥
	٧٩,١	٧٠,٨	٩٩,٠	٩٩,٧	٦٢,٥	٨٧,٩	٨٧,٩
غير سعودي	٠	١	٢	٢	٠	٥	١٠
	٠,٠	٠,٥	٠,٥	٠,٣	٠,٠	١,٠	٠,٤
غير معروف	١٠٥	٦٢	٢	٠	٥٤	٥٣	٢٧٦
	٢٠,٩	٢٨,٧	٠,٥	٠,٠	٣٧,٥	١١,٠	١١,٧
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠





أظهرت النتائج فيما يتعلق بالشخصية الرئيسية في المادة الصحفية، أن شخصيات الإدارة العليا والمصادر الأميرية قد استحوذت على أكثر من ٣٠٪ من الشخصيات الرئيسية في المواد الصحفية، وكانت شخصيات الإدارة العليا أكثر بروزا في المواد الصحفية لصحيفتي المدينة وعكاظ، مقابل بروز الشخصيات الملكية والأميرية في صحيفة الرياض.

وكانت أعلى نسبة في فئات هذا المحور من الدراسة هي فئة (غير ذلك) ويدخل ضمن هذه الفئة (المواطن و الشخصيات غير المشهورة)، وتجاوزت نسبتها ٥٦٪ في المواد الصحفية لصحيفة الوطن.

جدول رقم (١٨)

توزيع المادة الصحافية حسب الشخصية الرئيسية في المادة الصحفية لكل صحيفة

الشخصية الرئيسية في الخبر	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
شخصيات ملكية	٤٨	٦	١٠	٣٠	١٢	١٧	١٢٣
	٩,٥	٢,٨	٢,٥	٤,٨	٨,٣	٣,٥	٥,٢
شخصيات أميرية	٨٧	٢١	٢٢	١٠٣	٧	٥٩	٢٩٩
	١٧,٣	٩,٧	٥,٦	١٦,٥	٤,٩	١٢,٣	١٢,٧
شخصيات برلمانية	٢	٧	١	١١	١	٤٠	٦٢
	٠,٤	٣,٢	٠,٣	١,٨	٠,٧	٨,٣	٢,٦
شخصيات وزارية	٣٧	٣٨	٢٠	٤١	٢١	٧٤	٢٣١
	٧,٤	١٧,٦	٥,١	٦,٦	١٤,٦	١٥,٤	٩,٨
إدارات عليا	٣٥	٣٦	٣٩	١٢٩	١٩	١٨٢	٤٤٠
	٧,٠	١٦,٧	٩,٩	٢٠,٧	١٣,٢	٣٧,٩	١٨,٦
إدارات وسطى	٦٥	٣٠	٥٦	٣٥	١٦	٤٣	٢٤٥
	١٢,٩	١٣,٩	١٤,٢	٥,٦	١١,١	٩,٠	١٠,٤
إدارات دنيا	١٨	٦	٣	٢	١	٦	٣٦
	٣,٦	٢,٨	٠,٨	٠,٣	٠,٧	١,٣	١,٥
مسؤول قطاع خاص	١٠	١	١٧	١	١	١	٣١
	٢,٠	٠,٥	٤,٣	٠,٢	٠,٧	٠,٢	١,٣
شخصيات مشتركة	٢٣	٣	٢	٣	١	٢	٣٤
	٤,٦	١,٤	٠,٥	٠,٥	٠,٧	٠,٤	١,٤
غير ذلك	١٧٨	٦٨	٢٢٤	٢٦٨	٦٥	٥٦	٨٥٩
	٣٥,٤	٣١,٥	٥٦,٩	٤٢,٩	٤٥,١	١١,٧	٣٦,٤
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

وتؤكد نتائج الجدول التالي أن الصحف السعودية– عينة الدراسة – تعتمد بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية في الحصول على المواد الصحفية بنسبة تجاوزت ٨٨% من خلال الاعتماد على مراسلي ومندوبي الصحيفة، ومكاتبها الداخلية والخارجية. تراوحت بين ٩٥,٢% (صحيفة الوطن) و٧٩% تقريبا (صحيفة الرياض).

ورصدت دراسات سابقة الاعتماد على المصادر الذاتية في الصحافة السعودية، مثل دراسة (خالد، محمد بن سعود، ١٤٢٤هـ) التي أشارت نتائجها أن معظم الصحف السعودية لديها مراسلين متفرغين يزيد عددهم عن ٢١ مراسلاً ومحرراً، وكان الاعتماد كاملاً على المراسلين في جميع الصحف يليها الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية.

وفي هذه الدراسة يشير الجدول إلى أن الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية بنسبة ٧,٣% كمتوسط عام في كل الصحف، تراوح ذلك الاعتماد بين ٩,٥% في صحيفة الرياض و٣,٣% في صحيفة الوطن.

جدول رقم (١٩)

توزيع المادة الصحافية حسب مصدرها في كل صحيفة

مصدر المادة الإخبارية	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
ذاتي	٣٩٧	١٧٨	٣٧٥	٥٧٣	١٣٣	٤٣٧	٢٠٩٣
	٧٨,٩	٨٢,٤	٩٥,٢	٩١,٨	٩٢,٤	٩١,٠	٨٨,٦
وكالة الأنباء السعودية	٤٨	٢٠	١٣	٥٠	١٠	٣٢	١٧٣
	٩,٥	٩,٣	٣,٣	٨,٠	٦,٩	٦,٧	٧,٣
وكالة عربية	١	٠	٠	٠	٠	٢	٣
	٠,٢	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٤	٠,١
وكالة أجنبية	١	٠	٢	١	٠	٧	١١
	٠,٢	٠,٠	٠,٥	٠,٢	٠,٠	١,٥	٠,٥
مشترك	٢	٠	٠	٠	٠	١	٣
	٠,٤	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٠,٢	٠,١
لم يحدد	٥٤	١٨	٤	٠	١	١	٧٨
	١٠,٧	٨,٣	١,٠	٠,٠	٠,٧	٠,٢	٣,٣
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

وفيما يتعلق بالبعد الجغرافي للمادة الصحفية فقد أوضحت نتائج التحليل العام أن المناطق الثلاثة الأساسية في المملكة: (مكة المكرمة، والرياض والمنطقة الشرقية) قد تناولتها أكثر من نصف المواد الصحفية التي شملتها الدراسة. وفي النتائج التفصيلية يوضح الجدول التالي أن صحيفة الرياض الأكثر اهتماماً بمنطقة الرياض، وصحيفتا المدينة وعكاظ الأكثر تركيزا على منطقة مكة المكرمة، وأن صحيفة اليوم قد خصصت أكثر من نصف مادتها الصحفية للمنطقة الشرقية.

والملاحظ أن ربع المادة الصحفية التي شملتها الدراسة تقريبا تتناول جميع مناطق المملكة (عام)، وكانت صحيفة (الجزيرة) الأكثر اهتماما بهذا النوع من التغطيات العامة التي لا تركز على منطقة بعينها.

جدول رقم (٢٠)

توزيع المادة الصحافية حسب القطاع الإداري في كل صحيفة

القطاع الإداري	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
الرياض	١٥٩	٣٧	٩٥	٧٤	١٦	١١١	٤٩٢
	٣١,٦	١٧,١	٢٤,١	١١,٩	١١,١	٢٣,١	٢٠,٨
مكة المكرمة	٦٣	١٩	٧٩	٢٠٣	١٧	١٧٢	٥٥٣
	١٢,٥	٨,٨	٢٠,١	٣٢,٥	١١,٨	٣٥,٨	٢٣,٤
المدينة	١٠	٧	٨	١٥	٠	٥٦	٩٦
	٢,٠	٣,٢	٢,٠	٢,٤	٠,٠	١١,٧	٤,١
الشرقية	٣٧	١٠	٢٧	٦١	٧٣	٤١	٢٤٩
	٧,٤	٤,٦	٦,٩	٩,٨	٥٠,٧	٨,٥	١٠,٥
القصيم	١٢	٢٤	٧	١٣	٠	٨	٦٤
	٢,٤	١١,١	١,٨	٢,١	٠,٠	١,٧	٢,٧
حائل	١٤	٧	٩	٦	٠	٤	٤٠
	٢,٨	٣,٢	٢,٣	١,٠	٠,٠	٠,٨	١,٧
عسير	٧	٢	٢٩	٢٣	٢	٦	٦٩
	١,٤	٠,٩	٧,٤	٣,٧	١,٤	١,٣	٢,٩
نجران	٠	٢	١٤	٨	٠	٦	٣٠
	٠,٠	٠,٩	٣,٦	١,٣	٠,٠	١,٣	١,٣

جازان	١٥	٤	١٣	٧	٣	١٠	٥٢
	٣,٠	١,٩	٣,٣	١,١	٢,١	٢,١	٢,٢
الباحة	٦	٢	٦	١٤	١	٢٧	٥٦
	١,٢	٠,٩	١,٥	٢,٢	٠,٧	٥,٦	٢,٤
الحدود الشمالية	٦	٠	٤	١٥	٠	٣	٢٨
	١,٢	٠,٠	١,٠	٢,٤	٠,٠	٠,٦	١,٢
تبوك	١٠	١٣	٧	٨	١	٤	٤٣
	٢,٠	٦,٠	١,٨	١,٣	٠,٧	٠,٨	١,٨
الجوف	٤	٦	١	١	٠	٠	١٢
	٠,٨	٢,٨	٠,٣	٠,٢	٠,٠	٠,٠	٠,٥
عام	١٦٠	٨٣	٩٥	١٧٦	٣١	٣٢	٥٧٧
	٣١,٨	٣٨,٤	٢٤,١	٢٨,٢	٢١,٥	٦,٧	٢٤,٤
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

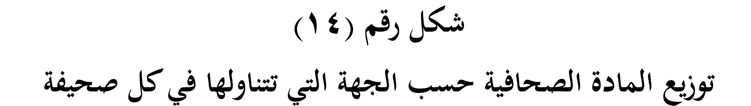
وتشير نتائج الجدول التالي إلى تفاوت نسب الجهات في المواد الصحفية التي شملتها الدراسة. وجاءت الجهات الحكومية في المركز الأول بنسبة إجمالية (٨٨,٤%)، وتركزت في صحف (المدينة وعكاظ و اليوم)، وجاء المشترك (الحكومي والخاص) في المركز الثاني وبفارق كبير بنسبة إجمالية قدرها (٦,٤%)، وتركزت في صحيفتي (الوطن والجزيرة)، ثم جاء في المركز الأخير القطاع الخاص بنسبة إجمالية (٢,٥%) وتركزت في صحيفتي الرياض والجزيرة.

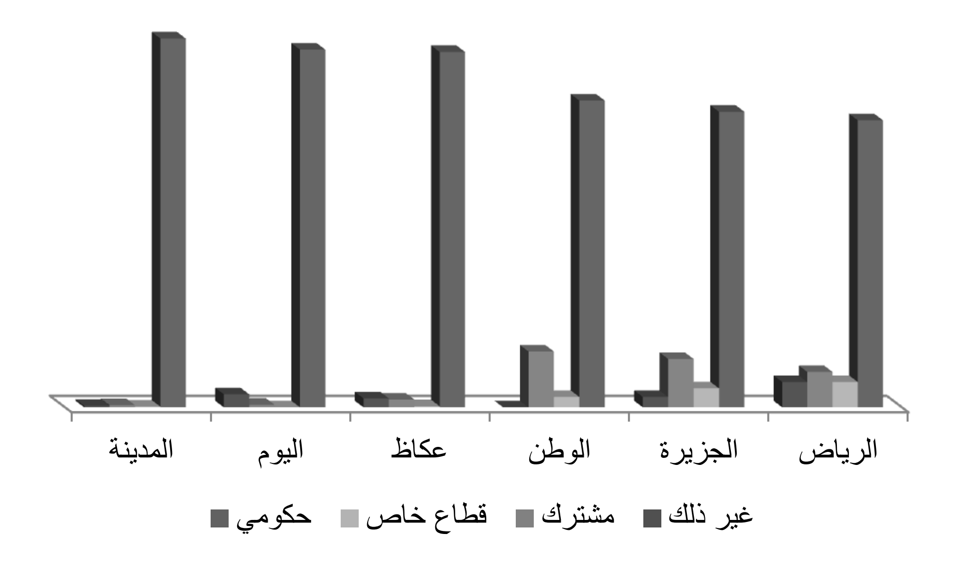
وإجمالا فإن تفسير انخفاض مستوى الاهتمام بالقطاع الخاص في هذه الدراسة يضع علامات استفهام كبيرة بحاجة إلى جهود بحثية لتفسيرها، والوقوف على أسبابها.

جدول رقم (٢١)

توزيع المادة الصحافية حسب الجهة التي تتناولها في كل صحيفة

اسم الصحيفة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
حكومي	٣٨٧	١٧١	٣٢٤	٥٩٤	١٣٨	٤٧٤	٢٠٨٨
	٧٦,٩	٧٩,٢	٨٢,٢	٩٥,٢	٩٥,٨	٩٨,٨	٨٨,٤
قطاع خاص	٣٤	١١	١١	٢	٠	١	٥٩
	٦,٨	٥,١	٢,٨	٠,٣	٠,٠	٠,٢	٢,٥
مشترك	٤٨	٢٨	٥٩	١٣	١	٣	١٥٢
	٩,٥	١٣,٠	١٥,٠	٢,١	٠,٧	٠,٦	٦,٤
غير ذلك	٣٤	٦	٠	١٥	٥	٢	٦٢
	٦,٨	٢,٨	٠,٠	٢,٤	٣,٥	٠,٤	٢,٦
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠





وأوضحت نتائج التحليل الإجمالي أن الاتجاه الغالب في المادة الصحفية كان إيجابيا بنسبة تقترب من ٧٠٪ مقابل ١٣,٤٪ للاتجاه السلبي.

وفي التحليل التفصيلي المقارن بين الصحف، كان الاتجاه الإيجابي غالبا في تغطيات (اليوم والرياض)، مقابل ظهور نسبي للاتجاه السلبي في تغطية صحيفة (الوطن)، ولا تعطي هذه النتيجة تفسيرا كافيا لهذا التباين، إذ أن التفسير الوافي لهذا البعد يتطلب الانتقال إلى تحليل أكثر تفصيلا لطبيعة الموضوعات والقضايا التي تناولتها كل صحيفة في تلك الفترة.

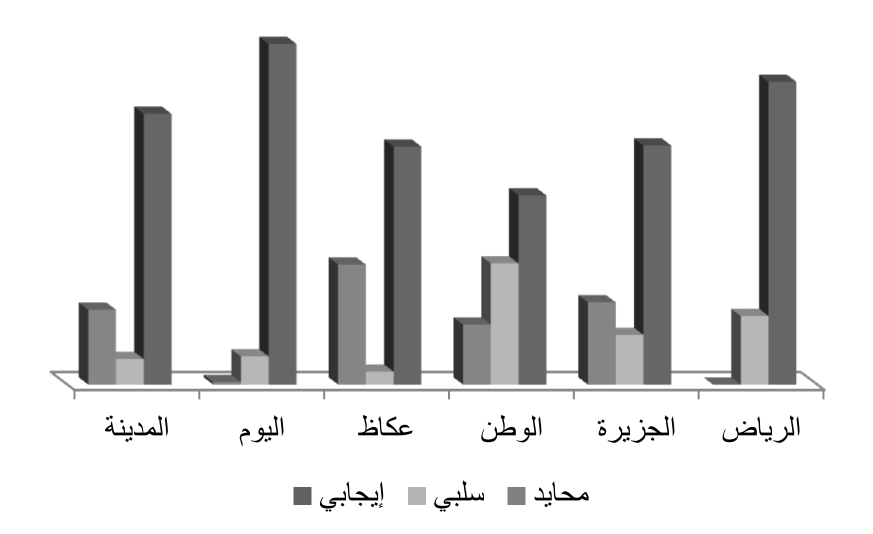
جدول رقم (٢٢)

توزيع المادة الصحافية حسب الاتجاه العام في كل صحيفة

اسم الصحيفة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
إيجابي	٤١٠	١٣٩	٢٠١	٤٠٠	١٣٢	٣٥٠	١٦٣٢
	٨١,٥	٦٤,٤	٥١,٠	٦٤,١	٩١,٧	٧٢,٩	٦٩,١
سلبي	٩٣	٢٩	١٢٩	٢٢	١١	٣٣	٣١٧
	١٨,٥	١٣,٤	٣٢,٧	٣,٥	٧,٦	٦,٩	١٣,٤
محايد	٠	٤٨	٦٤	٢٠٢	١	٩٧	٤١٢
	٠,٠	٢٢,٢	١٦,٢	٣٢,٤	٠,٧	٢٠,٢	١٧,٥
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

شكل رقم (١٥)

توزيع المادة الصحافية حسب الاتجاه العام في كل صحيفة



وعن طبيعة الطرح في الصحف، أوضحت بيانات الجدول التالي أن الصحف –عينة الدراسة– قد تباينت في الأخذ بالأساليب (العقلاني/ العاطفي/ المشترك)، فقد كان الأسلوب المشترك أو المختلط (عقلاني/ عاطفي) أكثر بروزاً في مقالات صحف (اليوم والمدينة والوطن) بينما كان الأسلوب العقلاني أكثر وضوحاً في صحيفة (الرياض)، ولم تتجاوز نسبة المقالات التي اعتمدت أسلوب الطرح العاطفي نسبة ١٣,٣% من مجموع المقالات (٢٤ من مجموع ١٨٠مقالا).

جدول رقم (٢٣)

توزيع المادة الصحافية حسب طبيعة الطرح المقالي في كل صحيفة

اسم الصحيفة	الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
عقلاني	٣٠	٣	٢٢	٢	٢	١١	٧٠
	٦,٠	١,٤	٥,٦	٣	١,٤	٢,٣	٣
عاطفي	٥	١	١٠	٢	٠	٦	٢٤
	١,٠	٠,٥	٢,٥	٣	٠,٠	١,٣	١
مشترك	١١	١	٢٠	١٢	١٢	٣٠	٨٦
	٢,٢	٠,٥	٥,١	١,٩	٨,٣	٦,٣	٣,٦
لا ينطبق	٤٥٧	٢١١	٣٤٢	٦٠٨	١٣٠	٤٣٣	٢١٨١
	٩٠,٩	٩٧,٧	٨٦,٨	٩٧,٤	٩٠,٣	٩٠,٢	٩٢,٤
الإجمالي	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠	١٠٠,٠

ويوضح الجدول التالي رقم (٢٤) القضايا الأكثر بروزا في التغطية الصحفية لدى كل صحيفة خلال فترة الدراسة وهي العام ٢٠١٣م، وقد رصدت الدراسة مجموع ثماني قضايا حظيت بنسبة ٢٠,٤% من التغطية الإجمالية في كل الصحف. وجاءت في مقدمة تلك القضايا قضية الفساد والتسيب الإداري ورصد الاختلالات في أداء الأجهزة الحكومية المختلفة بنسبة ٩% تقريبا في كل الصحف، وكانت أكثر بروزا في صحف (عكاظ، واليوم، والوطن)، تليها قضايا الصحة التي كانت أكثر بروزا في صحيفتي (اليوم، والجزيرة)، مقابل اهتمام أكبر بقضية الإسكان في صحيفتي (الرياض، واليوم)، وكانت صحيفة (الوطن) أكثر اهتماما بقضية البطالة، وصحيفة (الرياض) أكثر اهتماما بقضايا المرأة، وصحيفة (الجزيرة) أكثر اهتماما بقضايا (الفقر)، وصحيفة (المدينة) أكثر اهتماما بقضية الإرهاب.

جدول رقم (٢٤)

القضايا الأكثر بروزا في تغطية كل صحيفة

اسم الصحيفة		الرياض	الجزيرة	الوطن	عكاظ	اليوم	المدينة	الإجمالي
الفساد	ك	١٩	١٥	٥٢	٩٢	٢٠	١٣	٢١١
	%	٣,٨٪	٦,٩٪	١٣,٢٪	١٤,٧٪	١٣,٩٪	٢,٧٪	٨,٩٪
الصحة	ك	٢٧	٢٤	١٤	٧	١٧	١٢	١٠١
	%	٥,٤٪	١١,١٪	٣,٦٪	١,١٪	١١,٨٪	٢,٥٪	٤,٣٪
الإسكان	ك	١٩	١	٦	٤	٦	١٣	٤٩
	%	٣,٨٪	.٥٪	١,٥٪	.٦٪	٤,٢٪	٢,٧٪	٢,١٪
البطالة	ك	٥	٣	٢٥	١	٠	١	٣٥
	%	١,٠٪	١,٤٪	٦,٣٪	.٢٪	.٠٪	.٢٪	١,٥٪
قضايا المرأة	ك	٢٣	٣	٤	٠	٣	١	٣٤
	%	٤,٦٪	١,٤٪	١,٠٪	.٠٪	٢,١٪	.٢٪	١,٤٪

الفقر	ك	٤	١٠	١	١	٤	٤	٢٤
	%	.٨٪	٤,٦٪	.٣٪	.٢٪	٢,٨٪	.٨٪	١,٠٪
الإرهاب	ك	١	٤	٢	١	٢	١٢	٢٢
	%	.٢٪	١,٩٪	.٥٪	.٢٪	١,٤٪	٢,٥٪	.٩٪
المخدرات	ك	٢	٠	٠	٣	١	٠	٦
	%	.٤٪	.٠٪	.٠٪	.٥٪	.٧٪	.٠٪	.٣٪
غير ذلك	ك	٤٠٣	١٥٦	٢٩٠	٥١٥	٩١	٤٢٤	١٨٧٩
	%	٨٠,١٪	٧٢,٢٪	٧٣,٦٪	٨٢,٥٪	٦٣,٢٪	٨٨,٣٪	٧٩,٦
الإجمالي	ك	٥٠٣	٢١٦	٣٩٤	٦٢٤	١٤٤	٤٨٠	٢٣٦١
	%	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠٪	١٠٠,٠

مناقشة النتائج:

اعتمدت هذه الدراسة –كسابقتها– على المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وفق الإجراءات والأساليب المتبعة في الدراسات الإعلامية. واستهدفت تحليل مضمون ست صحف من أهم الصحف السعودية وأكثرها انتشاراً، وهي صحف (الجزيرة، الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة) وتحددت الفترة الزمنية للتحليل بالعام ٢٠١٣م، بهدف معرفة السمات التحريرية في الصحافة السعودية. واعتمدت الدراسة (المادة الصحافية) كوحدة أساسية للتحليل سواء أكانت مقالا، أو خبرا، أو تقريرا، أو تحقيقا. ولهذا الغرض تم تحليل كل وحدة حسب تصنيفات الدراسة، المرتبطة بالمتغيرات الأساسية لها.

وفي الإطار النظري، تم استعراض الدراسات التي تناولت السمات التحريرية والفنية للصحافة السعودية في فترات زمنية مختلفة.

أما في الجزء التحليلي، فقد تم استعراض وتفسير نتائج الدراسة وتحليلها في محورين رئيسين، الأول: التحليل العام للصحف، الثاني: التحليل المقارن بين الصحف التي شملتها الدراسة. على النحو التالي:

أولاً: التحليل العام للصحف السعودية (عينة الدراسة):

- ❖ بلغ عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها في هذه الدراسة ٢٣٦١ مادة صحفية، في الصحف الست التي شملتها الدراسة خلال العام ٢٠١٣م، وتراوح توزيعها على كل شهر من أشهر السنة بين ٥,٢% و ١١% . والواضح أن توزيع المادة الصحفية يقل نسبياً في بعض الأشهر وخاصة أشهر الصيف حيث الإجازات ومواسم الأعياد، وتقل في تلك الفترة عادة الأنشطة والفعاليات التي تمثل مواد مهمة للتغطية الصحفية، كما أن التفاوت في حجم المواد الصحفية المنشورة في كل صحيفة يعكس فلسفتها التحريرية. ففي حين ترى بعض الصحف الإكثار من نشر المواد الصحفية، يميل البعض الأخر للتقليص، كما أن عدد أوراق الصحيفة يعد عاملا مؤثرا في ذلك التوزيع.

- ❖ اشتملت الصفحات الأولى من جميع الصحف التي شملتها الدراسة على ما نسبته ٨,٣% من تكرارات المادة الصحفية المنشورة خلال فترة البحث، مقابل ٩,٤% في الصفحات الأخيرة، و٧٨,١% في الصفحات الداخلية و ٤% في الملاحق.

والنتيجة السابقة مؤشر على اتجاه الصحافة السعودية مؤخراً لنشر عدد أقل من المواد الصحفية في الصفحة الأولى بمساحة أكبر مقارنة بنتائج الدراسة الأولى التي أجريت عام ٢٠٠٧م وأشارت إلى أن نسبة مواد الصفحة الأولى بلغت ١١% من إجمالي المواد الصحفية (القرني وآخرون، ٢٠١١م، ص٩٤) . والاتجاه إلى تقليص عدد الموضوعات في الصفحات الأولى يواكب التوجهات العالمية الحديثة في المضامين التحريرية

والتصميمات الفنية الصحفية، وهي في مجملها تفضّل القصص الإخبارية المطولة، بدلاً من التوجه نحو القصص القصيرة، وخاصة في الموضوعات الهامة..، وهو تحول أساسي في المدرسة الإخراجية التقليدية التي كانت تزخر فيها الصفحة الأولى بعشرات الأخبار القصيرة.

- ❖ جاءت المواد الإخبارية في المرتبة الأولى مقارنة بالمواد الصحافية الأخرى وبنسبة بلغت ٨١% وتبدو هذه النتيجة متوقعة، باعتبار أن الصحف التي شملها التحليل هي صحف يومية، تتجه في العادة إلى تقديم الخدمة الإخبارية أكثر من مواد الرأي التي تسجل حضوراً أكبر في الصحف والمجلات الأسبوعية.

والملاحظ في النتائج أيضا انخفاض نسبة المقابلات والحوارات الصحفية التي كانت نسبتها أقل من ١%، ويمكن تفسير ذلك جزئيا باعتماد الدراسة على أسلوب (حساب التكرارات) وربما اختلفت النتيجة في حال اعتماد أسلوب (المساحة بالسنتيمتر/ عمود) إذ تحتل المقابلات الصحفية عادة مساحة أكبر من معظم الفنون الأخرى.

ومن المؤشرات التي أوضحتها نتائج الدراسة انخفاض واضح في نسبة مقالات الرأي بالصحافة السعودية في عام ٢٠١٣م (٧,٦%) مقابل ١٥% عام ٢٠٠٩م و ١٣% عام ٢٠٠٧م. وهي نتيجة تحتاج إلى دراسة مستقلة لتفسير هذا الاتجاه.

- ❖ أوضحت النتائج أن ٨٨% تقريبا من المادة الصحفية التي شملتها الدراسة كان المحررون أو الكتاب فيها من الجنسية السعودية، وأن مشاركة المرأة لم تتجاوز نسبة ٥%، ويعود سبب انخفاض نسبة المرأة ككاتبة ومحررة في هذه الدراسة مقارنة بدراسة عام ٢٠٠٧م (٧%) ودراسة عام ٢٠٠٩م (١١%) أن هذه الدراسة في ٢٠١٣م اعتمدت أسلوبا مختلفا يرصد مشاركة المرأة في كل المواد الصحفية ولم تقتصر فقط في رصد مشاركتها ككاتبة لمقالات الرأي

كما حدث في الدراستين السابقتين. وبشكل عام تعزز تلك النتائج ما خلصت إليه دراسات سابقة أشارت أنه إلى وقت قريب كانت هناك مجالات متعددة في الكتابات الصحفية التي لم يخضها قلم المرأة السعودية مثل الرياضة وبعض مجالات الاقتصاد والتجارة والتسويق والدعاية والإعلان والشئون السياسية والتحليل السياسي وفن الكاريكاتير على اختلاف أنماطه، وغيرها من المجالات الاجتماعية الحساسة إلا في ما ندر. (الدغفق، ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م)

- ❖ أظهرت النتائج فيما يتعلق بالشخصية الرئيسية في المادة الصحفية، أن شخصيات الإدارة العليا والمصادر الأميرية قد استحوذت على أكثر من ٣٠% من الشخصيات الرئيسية في المواد الصحفية، تليها شخصيات الإدارة الوسطى ثم المصادر الوزارية فالمصادر الملكية ثم مصادر مجلس الشورى. وكانت أعلى نسبة في فئات هذا المحور من الدراسة هي فئة (غير ذلك) ويدخل ضمن هذه الفئة (المواطن و الشخصيات غير المشهورة)، وينسجم المؤشر الأخير مع نتائج الدراسة الثانية ٢٠٠٩م التي أشارت إلى أن (المواطن) كان هو الشخصية الرئيسية في المواد الصحفية مقابل نسبة قريبة منها توزعت على فئات الصفوة في المجتمع، من شخصيات وقيادات سياسية واجتماعية وثقافية. وهذه النتيجة لا تختلف كثيراً عن مؤشرات الدراسة الأولى التي أجريت عام ٢٠٠٧م.

- ❖ أوضحت النتائج أن الصحف السعودية -عينة الدراسة- تعتمد بدرجة كبيرة على مصادرها الذاتية (مراسلين- مندوبين- مكاتب داخلية وخارجية) في الحصول على المواد الصحفية بنسبة ٨٨,٦%، وهي نسبة تزيد بشكل واضح عن الاعتماد على تلك المصادر عام ٢٠٠٩م (٦٨% تقريباً) كما رصدت الدراسة الثانية. وارتفع الاعتماد على وكالة الأنباء السعودية من

٥٤% في العام ٢٠٠٧م إلى ٥٧% في العام ٢٠٠٩م إلى ٧,٣% عام ٢٠١٣م

❖ ركزت المادة الصحفية المنشورة في الصحف السعودية (عينة البحث) خلال عام ٢٠١٣م على المناطق الثلاثة الأساسية في المملكة: (مكة المكرمة، والرياض والمنطقة الشرقية) قد تناولتها أكثر من نصف المواد الصحفية التي شملتها الدراسة، والملاحظ في هذه النتيجة الارتفاع النسبي في حجم المادة الصحفية التي تناولت المنطقة الشرقية مقارنة بدراسة العام ٢٠٠٩م التي أوضحت أن الصحف ركزت على منطقتي (الرياض ومكة المكرمة) تليها المناطق الأخرى بفارق كبير، وإجمالا تبدو النتيجة منطقية وتعكس حجم الكثافة السكانية للمناطق الأساسية في المملكة، حيث تتاح عادة فرص واسعة لاقتناص مواد صحفية في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية والمناطق التي تتواجد فيها المؤسسات المركزية للدولة عكس المناطق الأخرى في المملكة ذات الكثافة السكانية المحدودة والتي ما تزال بعيدة نسبيا عن أضواء التغطية الصحفية.

❖ قسمت الدراسة المادة الصحافية في ثلاث فئات من حيث الجهة التي تتناولها وهي (حكومي، وخاص، ومشترك). وأظهرت النتائج أن نسبة المواد الصحفية المتعلقة بالجهات الحكومية كانت هي الأكبر بنسبة بلغت ٨٨,٥%، وبفارق كبير جداً عن القطاع الخاص، ومرد الفارق الكبير في هذه النتيجة جزئيا إلى أسلوب التحليل الذي اعتمد التكرارات وليس (المساحة بالسم/ عمود) كأسلوب للقياس. وكانت معظم المواد الإخبارية القصيرة بحسب نتائج التحليل تتناول جهات حكومية.

وتضع النتيجة السابقة علامات استفهام كبيرة بحاجة إلى جهود بحثية لتفسيرها، والوقوف على أسباب زيادة أو تراجع الاهتمام بشخصيات ومؤسسات القطاع الخاص في التغطيات الصحفية.

- كان الاتجاه الغالب في المادة الصحفية إيجابيا بنسبة تقترب من ٧٠% مقابل ١٣,٤% للاتجاه السلبي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة مثل دراسة (القرني، ١٤٢٧هـ) التي أكدت أن الصحافة السعودية تتبنى الاتجاه الإيجابي غالبا في الأخبار التقارير والتحقيقات، مقابل ميل أكبر للجوانب النقدية والاتجاه السلبي في المقالات ورسوم الكاريكاتير. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ٢٠٠٩م التي وضعت الاتجاه الإيجابي في الصدارة، بنسبة تقترب من ثلثي المواد الصحفية، إلا أن الدراسة الثانية ٢٠٠٩م كانت قد أوضحت في نتائجها ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة الاتجاه السلبي للتغطية الصحفية إجمالاً من ١١% في الدراسة الأولى عام ٢٠٠٧م إلى ٢١% تقريباً في دراسة ٢٠٠٩م، ولعل مرد ذلك يرجع إلى أحداث ٢٠٠٩م، وخاصة (سيول جدة) في نوفمبر ٢٠٠٩م التي أدت إلى وفاة أكثر من مائة شخص وحدوث أضرار كبيرة ببعض الممتلكات، وما واكب ذلك من تغطية صحفية ناقدة لمستوى مشاريع البنية التحتية في المدينة.

- توضح نتائج تحليل المقالات الصحفية التي شملتها الدراسة أن أكثرها يميل لأسلوب الطرح المشترك (الذي يجمع بين الأسلوب العقلاني والعاطفي) بنسبة تقترب من نصف العدد الإجمالي للمقالات التي شملتها الدراسة.. مقابل ٣٩% تقريبا للمقالات التي يغلب فيها الأسلوب العقلاني، بينما لم تتجاوز نسبة المقالات التي اعتمدت أسلوب الطرح العاطفي نسبة ١٣,٣% من مجموع المقالات. وتختلف هذه النتيجة بشكل واضح عن نتائج دراسة العام ٢٠٠٩م التي أوضحت أن الطرح العاطفي جاء في مقدمة أساليب الطرح في مقالات الرأي، وهي نتائج تحتاج لتفسير من خلال دراسة إضافية

تبحث في طبيعة المضامين التي كانت سائدة خلال هذه الفترة الزمنية (٢٠٠٩م – ٢٠١٣م).

❖ رصدت الدراسة ثماني قضايا أكثر بروزا في التغطية الصحفية خلال فترة الدراسة وهي العام ٢٠١٣م، حظيت بنسبة ٢٠,٤% من التغطية الإجمالية في كل الصحف. وجاءت في مقدمة تلك القضايا قضية الفساد والتسيب الإداري ورصد الاختلالات في أداء الأجهزة الحكومية المختلفة بنسبة ٩% تقريبا، تليها الصحة ثم الإسكان ثم البطالة ثم قضايا المرأة، ثم الفقر ثم الإرهاب وأخيرا المخدرات. وتمثل تلك القضايا قائمة أولويات الاهتمام لدى الصحف (الأجندة الصحفية) خلال فترة الدراسة.

ثانياً: التحليل المقارن للصحف السعودية (عينة الدراسة):

❖ أشارت النتائج إلى أن الصفحات الداخلية قد استحوذت على النسبة الأكبر للمواد الصحفية في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٩٨% (كما في صحيفة الجزيرة)، و٦٧,١% في عكاظ. وأن الصفحات الداخلية في جميع الصحف قد تضمنت ٧٨,١% من المواد التي شملها التحليل. أما المواد الصحفية التي تضمنتها الصفحات الأولى فقد تراوحت بين ١٥,٢% (كما في صحيفة الوطن) و١,٩% (كما في صحيفة الجزيرة)، بينما أشارت النتائج الإجمالية أن الصفحات الأولى في جميع الصحف قد تضمنت ٨,٣% من المواد الصحفية التي شملها التحليل خلال فترة الدراسة. وكانت نتائج الدراستين (الأولى والثانية) قد أشارت إلى أن نسبة المادة الصحفية المنشورة في الصفحات الأولى انخفضت نسبتها من ١١% عام ٢٠٠٧م، إلى أقل من ٦% عام ٢٠٠٩م، وهو مؤشر على اتجاه الصحافة السعودية مؤخراً لنشر عدد أقل من المواد الصحفية في الصفحة الأولى بمساحة أكبر.

ويعد تقليص عدد الموضوعات في الصفحات الأولى مؤشرا على مواكبة التوجهات العالمية الحديثة في المضامين التحريرية والتصميمات الفنية الصحفية، وهي في مجملها تفضّل القصص الإخبارية المطولة، بدلاً من التوجه نحو القصص القصيرة، وخاصة في الموضوعات الهامة..، وهو تحول أساسي في المدرسة الإخراجية التقليدية التي كانت تزخر فيها الصفحة الأولى بعشرات الأخبار القصيرة. (القرني، الإعلام الجديد.. ٢٠١١م، ص ١٥٨، ١٩٢)

- جاءت الأخبار في المركز الأول في جميع الصحف، وتراوحت النسب بين ٧٩,٦% (في صحيفة الجزيرة) و ٥٧,٦% (صحيفة اليوم) . كانت النتائج الإجمالية للمواد الصحفية في جميع الصحف قد أوضحت أن نسبة الأخبار وصلت إلى ٨١%، أما المقالات التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٧,٦% من إجمالي المواد الصحفية في جميع الصحف التي شملتها الدراسة، فقد تراوحت نسبتها بين ١٣,٥% (صحيفة الوطن) و ١,٦% (عكاظ)، وتبدو النتيجة منطقية لسببين، أولا: أن الصحف يومية فمن الطبيعي أن يكون اهتمامها الأول بالمادة الخبرية، وثانيا: أن الدراسة التحليلية اعتمدت أسلوب العد بالتكرار وليس بالمساحة التي تتفوق فيها فنون صحفية أخرى مثل المقابلات والتحقيقات.

- أظهرت النتائج فيما يتعلق بالشخصية الرئيسية في المادة الصحفية، أن شخصيات الإدارة العليا والمصادر الأميرية قد استحوذت على أكثر من ٣٠% من الشخصيات الرئيسية في المواد الصحفية، وكانت أكثر بروزا في صحيفتي المدينة وعكاظ، مقابل بروز الشخصيات الملكية والأميرية في صحيفة الرياض. وفيما يتعلق بالبعد الجغرافي للمادة الصحفية كانت صحيفة الرياض الأكثر اهتماماً بمنطقة الرياض، وصحيفتا المدينة وعكاظ الأكثر تركيزا على منطقة مكة المكرمة، و صحيفة اليوم خصصت أكثر من نصف مادتها الصحفية للمنطقة الشرقية.

❖ والملاحظ أن ربع المادة الصحفية التي شملتها الدراسة تقريبا تتناول جميع مناطق المملكة (عام)، وكانت صحيفة (الجزيرة) الأكثر اهتماما بهذا النوع من التغطيات العامة التي لا تركز على منطقة بعينها. وإجمالا أوضحت النتائج اهتمامات كل صحيفة باعتبار مكان صدورها (القرب المكاني) ولم تختلف النتائج السابقة كثيراً عن نتائج الدراستين (الأولى ٢٠٠٧م، والثانية ٢٠٠٩م).

❖ أوضحت نتائج التحليل أن الاتجاه الإيجابي كان أكثر بروزا في تغطيات بعض الصحف مثل (اليوم والرياض)، مقابل ظهور نسبي للاتجاه السلبي في تغطية صحيفة (الوطن)، ولا تعطي هذه النتيجة تفسيرا كافيا لهذا التباين، إذ أن التفسير الوافي لهذا البعد يتطلب الانتقال إلى تحليل أكثر تفصيلا لطبيعة الموضوعات والقضايا التي كانت تغطيتها سلبية في بعض الصحف، وهل يرتبط بروز الاتجاه السلبي بسياسية تحريرية للصحيفة أم باهتمام جغرافي معين، يفرض على بعض الصحف تناول قضايا ومشكلات اجتماعية معينة أكثر من صحف أخرى.

❖ رصدت الدراسة مجموع ثماني قضايا حظيت بنسبة ٢٠,٤% من التغطية الإجمالية في كل الصحف. وجاءت في مقدمة تلك القضايا قضية الفساد والتسيب الإداري ورصد الاختلالات في أداء الأجهزة الحكومية التي كانت أكثر بروزا في صحف (عكاظ، واليوم، والوطن)، تليها قضايا الصحة التي كانت أكثر بروزا في صحيفتي (اليوم، والجزيرة)، مقابل اهتمام أكبر بقضية الإسكان في صحيفتي (الرياض، واليوم)، وكانت صحيفة (الوطن) أكثر اهتماما بقضية البطالة، وصحيفة (الرياض) أكثر اهتماما بقضايا المرأة، وصحيفة (الجزيرة) أكثر اهتماما بقضايا (الفقر)، وصحيفة (المدينة) أكثر اهتماما بقضية الإرهاب.

وترسم النتائج السابقة الاهتمامات السابقة (الأجندة الصحفية) لدى كل صحيفة حسب السياسة التحريرية لديها، ووفقا لرؤية القائم بالاتصال بالأولويات الأكثر أهمية، وهي مدخل مهم لدراسات مستقبلية يمكن أن تقارن بين قائمة اهتمامات الصحافة السعودية وقائمة اهتمامات الجمهور أو النخبة.

المراجع

١. آل سعود، سعد بن سعود بن محمد بن عبدالعزيز. (٢٠١٣م) اتجاهات المقالات الرياضية في الصحافة السعودية : دراسة ميدانية تحليلية لعينة من كتاب الأعمدة الصحفية و مقالات الرأي في الصفحات الرياضية للصحف السعودية. مجلة العلاقات العامة والإعلان – الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان ، العدد الثاني، ص ٦٣ – ٩٠.

٢. الدغفق، هدى، (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) المعوقات التي تواجه الصحافية السعودية،ورقة مقدمة في المنتدى السنوي الأول للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.

٣. الدهلاوي، أحمد بن الحميدي. (٢٠١٣م) الصورة الصحفية في الصحافة الخليجية : تحليل مضمون الصورة في صحف الرياض، الوطن، الأيام، الاتحاد، الراية و عمان. المجلة العربية للاعلام والاتصال – الجمعية السعودية للاعلام والاتصال – السعودية، ع ٩، ، ص ص ٢٢٧ – ٢٣٩.

٤. الزهراني، ماجد مجيدي، (٢٠١٠م) دور الصحافة السعودية في تناول جرائم العنف الأسري : صحيفة عكاظ أنموذجا : دراسة تحليلية من عام ٢٠٠٤ إلى عام ٢٠٠٨م، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، الأردن.

٥. الشلهوب، عبدالملك بن عبدالعزيز، (١٤٢٥ هـ) فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية: دراسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية، دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٦. الشهري، أحمد بن حسن. (٢٠١٣) خصائص التغطية الصحفية لأخبار الجرائم في الصحف السعودية. مجلة البحوث الأمنية، كلية الملك فهد الأمنية، مج ٢٢، ع ٥٥، ، ص ص ٢٢٩ – ٢٨١.

٧. العجمي، محمد بن سعد بن عامر (١٤٢٣ هـ / ٢٠٠٣م) المقال في الصحافة السعودية – دراسة في الخطاب الإعلامي، رسالة ماجستير "غير منشورة" كلية الآداب جامعة الملك سعود.

٨. العربي، عثمان بن محمد. منصور، حسن محمد. البكري، رضوان. إبراهيم، حيدر. العقيد، عادل (٢٠١٤م) السمات التحريرية للصحافة السعودية: الدراسة الدورية الشاملة الثانية، إصدارات كرسي الجزيرة للصحافة الدولية، جامعة الملك سعود، الرياض.

٩. العناد، عبد الرحمن (١٩٩٤م) تحليل مضمون الصفحة الأولى في الصحف اليومية السعودية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٧٤ ،ص ١٣– ٢٧.

١٠. القرني، علي بن شويل (١٩٩٢م) خصائص الصحافة السعودية: دراسة تحليل مضمون الصحافة اليومية، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك.

١١. القرني، علي بن شويل (١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م) الخطاب الإعلامي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية الاجتماعية، بحث مقدم للقاء الوطني الثاني للحوار الفكري بمكة المكرمة، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

١٢. القرني، علي بن شويل (١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦م) معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة، مركز بحوث كلية الآداب– جامعة الملك سعود، الرياض.

١٣. القرني، علي شويل. منصور، حسن محمد. المطيري، عبدالرحمن. البكري، رضوان. إبراهيم، حيدر. العقيد، عادل. (٢٠١١م) السمات التحريرية للصحافة السعودية – الدراسة الدورية الشاملة الأولى، إصدارات كرسي الجزيرة للصحافة الدولية، جامعة الملك سعود، الرياض.

١٤. القرني، علي شويل، (٢٠١١م) الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، مطابع الجريسي، الرياض.

١٥. المغامسي، أمين **بن** أحمد، (١٤١٥هـ) تطور الخبر في الصحافة السعودية.. دراسة تحليلية مقارنة على عينة من ثلاث جرائد في الفترة من ١ ذي القعدة ١٣٨٣هـ إلى ٢٩ شوال ١٤٠٨هـ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة، فرع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمدينة المنورة.

١٦. المغامسي، أمين بن أحمد، (١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٥م) دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية—دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الجرائد اليومية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز : الآداب والعلوم والإنسانية، م ١٣، ص ٢٨١ – ٣٢٨.

١٧. المقرن، سعود، سعد (١٤٠٧هـ) فن العمود الصحفي –دراسة تحليل مضمون الأعمدة في صحيفتي الجزيرة والرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

١٨. المقوشي، عبد العزيز بن علي، (٢٠٠٠م) قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية، مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، الرياض.

١٩. بيت المال، حمزة، والسهلي، خالد، (١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٤م) اتجاهات المقالات التحريرية بعد ١١ سبتمبر في الصحافة السعودية: صحيفة الشرق

الأوسط نموذجاً، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض.

٢٠. خالد، محمد بن سعود، (**محرم ١٤٢٤هـ/ مارس٢٠٠٣م**) مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع: التجربة السعودية، المنتدى الإعلامي الأول، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، **جامعة الملك سعود، الرياض.**

٢١. عثمان، عثمان أبوزيد، (**١٤٠٩هـ**) لغة الخبر في الصحافة العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

٢٢. عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان، الجوهرة بنت فهد الزامل (فبراير ١٤٢٤هـ، مارس ٢٠٠٤) اتجاهات الصحافة السعودية نحو الجمعيات الخيرية، بحث مقدم إلى الندوة الكبرى التابعة لمركز البحوث، جامعة الملك سعود، الرياض.

٢٣. **عطا، فؤاد شيخ الدين؛ نور الدائم، وليد عمر. (٢٠١٢م) تحليل بعض أخطاء اللغة في الصحافة السعودية. مجلة كلية الآداب– جامعة بنها– مصر، ع ٢٨، ج ١، ص ١– ٤٠.**

٢٤. هاشم، هاشم عبده (١٤٠١هـ) الاتجاهات العددية والنوعية للدوريات السعودية. جدة: تهامة.